

308923

UNIVERSIDAD PANAMERICANA 22

ESCUELA DE PEDAGOGIA
INCORPORADA A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



ESTUDIO PEDAGOGICO SOBRE LA FORMACION DE LA
CONCIENCIA CRITICA DEL TELEVIDENTE

TESIS PROFESIONAL
QUE PRESENTA:
BRENDA ALICIA BENITEZ BORBOA
PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN PEDAGOGIA

DIRECTOR DE TESIS:
LIC. REGINA JIMENEZ CASTILLA

MEXICO, D. F.

1996

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Agradezco a todas aquellas personas
que han estado conmigo en todo
momento (familiares, amigos y profesores)

Dedico muy especialmente este trabajo a
mis padres: José Antonio y Beatriz, a mi
hermano José Alberto, así como a mi
novio Héctor Valdés. Por estar conmigo
siempre, ya que gracias a
ustedes que me animaron e impulsaron
a luchar en los momentos difíciles, nuestro
sueño es hoy una realidad.

Gracias por su amor incondicional.

Los quiere mucho Brenda.

INDICE

INTRODUCCIÓN.	1
-----------------------	---

CAPÍTULO I

EL PAPEL DE LA EDUCACIÓN EN LA FORMACIÓN DE UNA CONCIENCIA CRÍTICA EN EL TELEVIDENTE.

1.1. LA EDUCACIÓN Y LA PERSONA.	4
1.2. EL MEDIO TELEVISIVO Y LA MANIPULACIÓN.	11
1.3. EL OCIO Y EL TIEMPO LIBRE	17

CAPÍTULO II

DESARROLLO Y FUNCION DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO.

2.1. HISTORIA DE LA T.V. EN MÉXICO.	22
2.1.2. LA FORMACIÓN DEL MONOPOLIO Y LA EXPANSIÓN DE LA TELEVISIÓN COMERCIAL	26
2.1.3. LA LLEGADA DEL PRIMER SISTEMA DE T.V POR CABLE.	32
2.1.4. LA APARICIÓN DE LA T.V. ESTATAL.	33
2.1.5. LA LLEGADA DE LA COMPETENCIA: "LOS INICIOS DE MULTIVISIÓN".	39
2.2. LA T.V. COMO INSTRUMENTO EDUCATIVO.	44
2.3. LA INFLUENCIA DE LA T.V. EN ADULTOS ENTRE 25 Y 35 AÑOS DE EDAD	53
2.4. LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LOS NIVELES: AXIOLÓGICO, PSICOLÓGICO y FISICO Y EN LOS ÁMBITOS FAMILIAR, LABORAL y SOCIAL	58

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO SOBRE LA NECESIDAD SENTIDA DE LA FORMACIÓN DE UNA CONCIENCIA CRÍTICA PARA VER LA T.V.

3.1. ENCUESTA DE OPINIÓN APLICADA A SUSCRIPTORES DE MULTIVISIÓN	62
3.2. MUESTRA Y APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO.	63
3.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.	68
3.3.1. INTERPRETACIÓN CUANTITATIVA	69
3.3.2. INTERPRETACIÓN CUALITATIVA	78

CAPÍTULO IV

PROPUESTA PEDAGÓGICA DE LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE ENTRETENIMIENTO FORMATIVO.	81
CONCLUSIONES	88
BIBLIOGRAFÍA	92
ANEXO I	102
ANEXO II	103
ANEXO III	105
ANEXO IV	109
ANEXO V	130

INTRODUCCIÓN

Durante treinta y nueve años el desarrollo de la televisión en la capital de nuestro país estuvo en manos de dos protagonistas: el primero, el Estado, comenzando con el canal 11 y después con los canales 13 y 7 (creando la cadena IMEVISIÓN), y el segundo, el consorcio privado Televisa, conformado por la unión de 4 canales.

El 20 de mayo de 1969, se inicia la televisión por cable, concesionada a Televisa en el área metropolitana.

En realidad no se vislumbra cambio alguno en este medio de comunicación, puesto que se copia el modelo de la T.V., comercial, la que sigue a su vez el modelo estadounidense. El modelo estadounidense se caracteriza por alejar al televidente de su realidad. Ante este panorama surge MVS MULTIVISIÓN. Una empresa joven que desea no sólo mantenerse dentro del mercado, sino ir creciendo día a día, contando con una visión a futuro como base de un desarrollo firme y constante, con el diseño de estrategias de crecimiento y expansión y con el fin de hacerse conocer como la empresa de mejor servicio dentro de su giro.

Debido al alcance que tiene la televisión como medio masivo de comunicación y a la deficiente televisión comercial actual, se busca concientizar al televidente de la influencia positiva y negativa que provoca ésta en el ser humano. Para ello se diseñan modalidades para la transmisión del programa de retroalimentación, tales como el spot, simposio, mesa panel y conferencia dirigida* para propiciar la reflexión crítica y lograr lo siguiente:

- El crecimiento del ser humano como persona, con todas las características que a ésta confieren, mediante una especie de televisión interactiva, donde se concientice al televidente sobre la necesidad de reflexionar críticamente al estar frente a la pantalla y no ser un receptor

* El diseño depende de los recursos y tiempo disponibles.

pasivo que asimile sin saber lo que capta a través de sus sentidos, proyectándolo negativamente en los aspectos de su vida diaria.

- El reconocimiento de MVS MULTIVISIÓN como "la otra televisión" y captar con este elemento innovador en la televisión mexicana un mayor número de suscriptores, logrando así el crecimiento de la empresa.

- La televisión puede llegar a ser un medio de entretenimiento formativo y una nueva alternativa de mejora, (tema propuesto en la presente investigación) como un elemento más para competir en este país tan cambiante de cara al México del año 2000 que todos queremos.

Debido a su alcance el ámbito elegido para la presente investigación es la comunidad, circunscribiéndolo a la etapa evolutiva de adultez joven. El área elegida es la Didáctica, ya que ésta es la ciencia que pone los medios para conseguir fines previamente determinados, cuyo objetivo es el de contribuir a la mejora del ser humano y no perderlo en ambigüedades o en temas que carezcan de contenido; el enfoque que se le da es psico-social, tomando en cuenta las esferas personales y sociales del ser humano.

Se realizó un estudio basado en consulta bibliográfica, y posteriormente se llevó a cabo una investigación de campo, directamente con suscriptores de MVS MULTIVISIÓN.

El objetivo general de la tesis es conocer si existe o no una necesidad en el televidente, de contar con programas de entretenimiento formativo que propicien una conciencia crítica y que contribuya al desarrollo integral de la persona.

El capítulo I, versa sobre el papel de la educación en la formación de una conciencia crítica en el televidente, en donde se habla de la educación y la persona, el medio televisivo, la manipulación y el ocio y tiempo libre. La importancia de este capítulo es la de revalorizar el concepto de hombre, el cual ha sido desvirtuado por los medios de comunicación actuales, principalmente por la televisión. Esto es debido a su gran alcance.

El capítulo II, aborda el desarrollo y aparición de la televisión en México. Se hace una cronología sobre la historia de la misma, se habla del monopolio y de la expansión de la televisión comercial, de la aparición de la televisión estatal, de la llegada de la competencia, los inicios de MVS MULTIVISIÓN, de la televisión como instrumento educativo y finalmente

de la influencia de la T.V., en adultos entre 25 y 35 años de edad a los niveles Axiológico, Psico y Físico y en los ámbitos familiar, laboral y social.

El capítulo III, presenta el instrumento de investigación empleado para la fundamentación en el campo real de esta tesis. El cual ha sido realizado mediante una encuesta, debido a su fácil aplicación, rapidez de evaluación y a su alto índice de objetividad, cabe citar que la muestra representativa es mayor a lo que estadísticamente se requiere. Por otra parte, se muestran los resultados obtenidos de la evaluación de dicha encuesta, los cuales sustentan una necesidad real de la formación de la conciencia crítica del televidente.

El capítulo IV, es propiamente una propuesta pedagógica para la televisión como medio de entretenimiento formativo, la cual consiste en un programa de retroalimentación que propicie la reflexión del televidente a través de diversas modalidades.

La presente investigación, se realizó dentro del contexto de MVS MULTIVISIÓN, ya que dicha televisora mostró interés por los resultados que se obtendrán, otorgando así su autorización a la autora (Ver anexo I).

CAPÍTULO I

EL PAPEL DE LA EDUCACIÓN EN LA FORMACIÓN DE UNA CONCIENCIA CRÍTICA EN EL TELEVIDENTE

Este primer capítulo trata principalmente sobre las características esenciales del ser humano, las cuales son susceptibles de irse conformando para lograr una conciencia crítica en el televidente.

1.1. LA EDUCACIÓN Y LA PERSONA

La educación se entiende como un proceso intencional y permanente de perfeccionamiento humano. Se puede decir que desempeña un papel fundamental en la vida de todo hombre. Mediante un proceso pedagógico inteligente y bien orientado, se consigue el perfeccionamiento humano. La pedagogía es una ciencia debido a que es un conocimiento cierto por causas, tiene un objeto formal, el cual es la actualización de las potencialidades del ser, y un objeto material que es el hombre ¹. De acuerdo a lo anterior se define la pedagogía como la ciencia que estudia al hombre en cuanto educable. Adicionalmente la pedagogía cuenta con un método descriptivo, el cual abarca la observación, comprensión, análisis y síntesis.

La educación debe llevar necesariamente al perfeccionamiento, ya que el hombre es inacabado e inacabable, y por ello siempre tiene oportunidad de ser mejor. El perfeccionamiento además es integral, en todas y cada una de sus facultades, las cuales deben ser conducidas por el educador al bien y a la verdad, para que el educando consiga su fin último, el cual es la felicidad. Varios son los elementos que distinguen a la educación, siendo los más importantes los siguientes:

¹ cfr., RAMIREZ, MARTIN, et al., *Concepto de Pedagogía*, En Gran Enciclopedia Rialp Tomo XVIII., p.143-154.

a) Es un proceso: por que se da en fases sucesivas para lograr un objetivo concreto, el cual es el perfeccionamiento humano.

b) Es una acción del espíritu: dado que la inteligencia es una facultad espiritual del ser humano y su objeto es inmaterial.

c) Recae sobre sí mismo o sobre otro: la influencia puede y debe de ser recíproca, ya que el hombre al ser el único ser perfectible, solamente él puede luchar por ser mejor y ayudar a los demás en su perfeccionamiento.

d) Orientada hacia un objetivo ideal: siempre se deben de tener unas metas bien planteadas, que serán guías de la acción.

e) Información instructiva: por que es a nivel de los sentidos, específicamente física.

Como se ha mencionado anteriormente la educación es específicamente humana: el hombre es el único ser que es capaz de perfeccionarse a sí mismo y a los que le rodean, gracias a sus facultades superiores (inteligencia y voluntad). La educación deberá dirigirse al hombre como ser único e irrepetible, con una dignidad propia, la cual lo distingue de los demás seres.

El sujeto de la educación es el hombre, el cual es definido por Boecio, como

“substancia individual de naturaleza racional”, compuesto de cuerpo y alma, constituido o conformado de diversas facultades acordes a su naturaleza. Cada miembro del género humano es único e irrepetible.

El hombre es un ser individual: debido a que tiene un momento de origen el cual es distinto al de todos los demás hombres, además de poseer un cuerpo y un alma así como unas circunstancias específicas únicas e irrepetibles a los demás seres. Esto se verá con mayor profundidad posteriormente.

De naturaleza racional: El hombre como creatura corporal y espiritual posee la capacidad de razonar, elemento esencial de distinción entre éste y los animales. La naturaleza racional del hombre le permite conocer la realidad. El intelecto es la potencia que constituye el alma humana en su grado de perfección. La intelección (acto de la inteligencia) es la simple aprehensión de la verdad inteligible y ésta se encuentra, tanto en el origen como en el fin del

razonamiento. Puede estar en potencia o en acto según la relación que sostiene con el ente universal (Dios).

Dice Aristóteles que el alma es originalmente como una tabla rasa sobre la que no hay nada escrito. Por ello el hombre al aprender va "escribiendo" en ésta.

Compuesto de cuerpo y alma: El hombre es un ser viviente, compuesto de materia y espíritu, de cuerpo material y alma espiritual; siendo el alma (inmortal, creada por el Ser Supremo), superior al cuerpo, ya que posee inteligencia y una voluntad libre. De esta manera el cuerpo y el alma, constituyen la forma esencialmente humana (un sólo cuerpo con una sola alma conforman un individuo único e irrepetible).

El hombre es un compuesto de materia y espíritu, pero tanto en su ser es, como en su quehacer, el espíritu es decisivo. Cuando hablamos de la personalidad de un hombre, nos referimos casi enteramente a lo que emana de su espíritu; su apariencia será parte de lo que llamamos su personalidad, pero sólo una parte subsidiaria. Lo que realmente la constituye son sus gustos y aversiones, la calidad de sus juicios, la clase de decisiones que toma, sus elecciones. Todas estas cosas son expresión de su espíritu; su cuerpo no puede conocer, amar, juzgar, decidir, escoger por si solo es conveniente que así sea. De lo contrario las personas dejarían pronto de ser interesantes, nada es más aburrido, por ejemplo, que un rostro hermoso, si su espíritu está vacío: no hay más que ver, no hay en él profundidades que explorar, ni hay que esperar ningún desarrollo. En el espíritu, en cambio, se descubren continuamente nuevas e inagotables profundidades.²

Respecto a lo anterior es importante recalcar la importancia del espíritu y de la materia, haciendo una similitud entre lo profundo y lo superfluo, lo cual nos lleva a crecer, a mejorar como seres humanos o quedarnos estancados, peor aún denigrarnos ante diversas situaciones que no hacen más que cosificarnos.

² cfr. SHEED, *Sociedad y Sensatez*, p. 212.

La misma alma racional se une de tal modo al cuerpo, que es su única forma sustancial, y por ella el hombre tiene el ser de hombre, de animal, de viviente, de cuerpo, de sustancia, y de ser.

Por consiguiente, el alma le da al hombre todo el grado esencial de perfección y, además comunica al cuerpo el acto del ser con que ella existe.

La noción de alma en su generalidad se define como: El acto primero de un cuerpo organizado y capaz de ejercer las funciones de vida.

El alma es un acto, el cual no es conocido directamente por nosotros; sino simplemente inferido y afirmado por un juicio a partir de sus efectos. El alma humana es el principio de movimiento en el hombre. Según Sto Tomás y Aristóteles, el alma no sólo mueve a un cuerpo, ella le confiere unidad, ya que el alma es el principio de vida y por ende da el ser.

“El hombre no es, pues, ni un cuerpo, ni un espíritu, sino un *tertium quid*, un ser compuesto de un alma y un cuerpo. Y cuando se dice “un ser” debe entenderse la expresión en su sentido estricto, un ser uno, una sustancia. Sin embargo, el alma humana, por más que sea subsistente, no es una sustancia completa: su relación a un cuerpo le es esencial, está hecha solamente para informar un cuerpo. Necesita de él porque no está dotada de ideas innatas y sólo puede pensar con la ayuda de una sensibilidad que le proporciona los objetos”.³

El alma es la que reúne y organiza los elementos bioquímicos, orgánicos e inorgánicos, es decir, siempre lo hace con la finalidad de constituir un cuerpo vivo, por ello es el principio de todos los actos vitales.

El alma, forma de una materia organizada, es inmaterial e incorpórea. El alma humana no ejerce únicamente operaciones fisiológicas, comunes a todo viviente, realiza también operaciones cognoscitivas. Especialmente conoce la existencia y las propiedades de los cuerpos. Si el alma humana fuera un cuerpo, no tendría la facultad de conocer. El conocimiento humano, es pues, la operación de una forma que siendo apta para la intelección de los cuerpos, es esencialmente extraña a toda corporeidad, puesto que ejerce operaciones en las que el cuerpo no tiene parte. El alma humana es una forma abstracta, pues no se localiza en

³ cfr ., VERNEAUX, Roger., *Curso de Filosofía Tomista*., p.225 y 227

ninguna parte del cuerpo. Para obrar por sí es necesario subsistir por sí, pues el ser es la causa de la operación y toda cosa obra según lo que es, es decir conforme a su naturaleza.

En los cuerpos se puede ver la presencia del alma, dado que adquieren el ser al recibirla y lo pierden en el momento en que ésta, se separa del cuerpo.

Platón dice que *"el cuerpo es la cárcel del alma"*. Sin embargo, el cuerpo es un instrumento al servicio del alma; la unión del cuerpo y el alma no es un castigo del alma, sino un enlace bienhechor, gracias al cual el alma humana alcanzará su completa perfección.

Lo menos perfecto se ordena a lo más perfecto respecto a su fin; por consiguiente el cuerpo existe en función de él, no contra él. En el individuo cada órgano existe con miras a su función. La razón de la unión del cuerpo y el alma podemos encontrarla en que como dijo John Locke *"nada hay en el intelecto del hombre que no haya pasado por los sentidos"*, y el alma *per se* no puede abstraer directamente, sino que requiere del cuerpo y sus sentidos para la intelección y aprehensión de las cosas. En este estrecho vínculo se ve la importancia de esta unión. Por tanto podemos concluir que el hombre es una unidad substancial de cuerpo y alma.

El hombre desde el momento en que es concebido, es un ser que subsiste en sí mismo en la realidad, que cuenta con un alma de naturaleza individual y con un cuerpo unido a ésta. Por ello se distingue de los demás seres. Cada hombre posee un cuerpo distinto del de los demás, dotado de caracteres genéticos distintos, y se desarrollará con base en éstos. Con el transcurso del tiempo obtendrá una identidad, que no es agotada ya que irá cambiando continuamente con base en los conocimientos y el entorno que lo rodea. También se encuentra dotado de unas facultades propias que lo hacen distinto de todos los demás hombres. A partir del comienzo del proceso embriológico el hombre se ve afectado por el medio, biológico y cultural. Tal ambiente en que se desarrolla el organismo, es un subsistema receptor de mensajes, con base en el cual comienza su proceso de adaptación.

Al nacer el hombre se va relacionando con los demás seres que le rodean y gracias a ello aprende a comunicarse y a comportarse adecuadamente, con base en las reglas de la sociedad en que se desenvuelve. A este proceso lo podemos llamar humanización, mismo que Hegel llama *Bildung* o formación de la personalidad. Es por ello que el hombre va siendo parte de

la sociedad y se adapta a ésta, con base en los patrones de conducta aprendidos. Para esta adaptación cuenta con sus capacidades personales que facilitan en mayor o menor medida el desarrollo de su personalidad (la cual forma parte de su individualidad).

Cuando el proceso embriológico, el proceso de enculturación y el de socialización primaria (son las relaciones que se entablan desde el seno materno) han dado como resultado la maduración y el uso de las capacidades específicamente humanas, entonces puede hablarse de un "hombre" en el sentido pleno del término. Es decir, como ser libre y responsable, que posee un origen y un destino, y según el uso que dé a su libertad tenderá al fin último, elegirá entre algo bueno y algo mejor, y finalmente se autodeterminará basado en una meta. El modo de alcanzarla confirma su individualidad.

Como hemos visto el hombre: es único e irrepetible y el comportamiento humano es complejo debido a su individualidad, por lo cual no es posible hacer reglas, generalizar en torno a él. Cada hombre pensará y captará la realidad en forma diferente a como lo hacen los demás. Las únicas leyes que pueden establecerse son aquellas basadas en el desarrollo físico, las cuales son características comunes a todos los hombres.

"Todos los hombres tiene una misma "humanidad", lo que significa que sus almas son de la misma naturaleza, idénticas en cuanto a la esencia. Las almas se diversifican en razón de los cuerpos que informan y que son necesariamente diferentes."⁴

Por otra parte, cada ser humano posee dignidad, la cual radica en la coherencia de vida que lleve a cabo entre su ser, su pensar su y su actuar.

Existe dignidad, porque la persona es superior a los demás seres vivos, debido a sus potencias superiores, a la finalidad que tiende naturalmente, a su perfeccionamiento y a la felicidad. El hombre es un sujeto de derechos y deberes. La protección y respeto exigidos por la dignidad de cada persona es independiente de todo lo que posea o no, materialmente hablando. Sin embargo, depende de los elementos, que le pertenecen por su esencia humana, mencionados al principio de este capítulo.

⁴ *ibidem* .. p.229.

La dignidad es en sí un derecho, constitutivo del hombre. Este derecho, se relaciona con el derecho a la vida, la satisfacción de necesidades esenciales, el ejercicio de las libertades, la relación con los demás, el respeto mutuo, entre otros.

La dignidad se enriquece por la espiritualidad (el anhelo a la eternidad) y la libertad (autodeterminación).

De ahí que la educación de la libertad es una cuestión central del proceso educativo, dado que sin libertad es imposible la educación (la educación debe ser voluntaria y libre). Sin educación la libertad es imposible de entender respecto a los otros dones esenciales del ser humano. Los diferentes tipos de libertad constituyen los objetivos fundamentales de la educación personalizada, dado que la libertad es rectora del actuar humano, y si algo hay que educar en el hombre es la misma libertad. "Educar la libertad, coincide con crecer en ella y ayudar a otros en el desarrollo de su libertad." ⁵

El hombre, dotado de voluntad libre, puede dominar su naturaleza. No es tan fácil, pero la formación y el ejercicio de hábitos adecuados le ayudarán a superar los obstáculos que encuentre en sí mismo para adecuar su conducta a la razón. En este punto aparece la importancia y el valor pedagógico. Por lo cual se enfatiza que el hombre (ser espiritual de naturaleza racional, compuesto de cuerpo y alma, constituido o conformado de diversas facultades acordes a su naturaleza), alcanza su plenitud y perfección, mediante el proceso educativo siempre y cuando emplee su libertad responsablemente. Su importancia radica en que un ser educado es una persona con capacidad para enfrentar la manipulación, fenómeno frecuente en sociedades complejas y manipuladas inermes frente a los grandes inventos del siglo XX, como son los *mas-media* al servicio de intereses especialmente económicos.

⁵ OLIVEROS, OTERO, Fernando. *Educación y Manipulación*, p.21 y 53.

1.2. EL MEDIO TELEVISIVO Y LA MANIPULACIÓN

En la actualidad prevalece la idea de que lo económico es un valor superior por lo que los hallazgos de la ciencia y el desarrollo de la técnica se han puesto al servicio de ese valor. De este modo, pueden apreciarse los medios de difusión, como herramientas de gran utilidad para la información y la formación del hombre. Lamentablemente la mayoría son utilizados irresponsablemente y sirven de sustento a la ideología materialista del "tener". Especialmente a la televisión la han convertido en un instrumento eficaz para la manipulación, tanto en su aspecto de entretenimiento, como en el publicitario, que únicamente busca vender algo al receptor, sin percatarse de que el ser humano es más que un consumidor, es un ser perfectible que necesita formarse.

Es importante considerar que la influencia negativa, que ejercen los medios de difusión sobre cada persona, dependen de la edad, sexo, estado civil, o situación económica, influyendo de una manera u otra en cada ser humano. Desde la perspectiva de la formación varios son los elementos negativos de la manipulación televisiva:

- a) Creación de necesidades superfluas.
- b) Puestas en escena que introducen una falsa jerarquía de valores.
- c) Modelos de conductas que inducen al vicio y no a la virtud.

Pero los medios de difusión también aportan innumerables beneficios al ser humano como miembro de una sociedad. Por ejemplo, la información de los adelantos tecnológicos en todo el mundo, las noticias más destacadas en el momento en el que ocurren, programas culturales y entretenimiento para relajar las tensiones.

De esta manera, la televisión, de forma sutil e invisible -a través de los contenidos de sus programas- influye en la forma como el hombre construye y percibe la realidad que lo rodea, proporcionándole elementos para interactuar con ésta, lo que significa que la televisión influye tanto en su educación como en su formación cultural. El problema es que el hombre en la actualidad, debido a la constante actividad en la que se ve inmerso diariamente, no siempre reflexiona sobre lo que quiere decir o escuchar y por las mismas características del modelo

televisivo, ya sea del país o del extranjero, recibe "valores", modelos y estereotipos de hombre y sociedad que se oponen a los que busca difundir la propia educación, pues, ésta solo persigue la mejora intencional de la persona humana y no su manipulación como lamentablemente lo hacen algunos medios de comunicación masiva.

Los comerciantes, logran vendernos como la opción de la paz, el modelo más violento del país que hayamos padecido en los últimos 60 años, exactamente igual que como nos venden el automóvil último modelo que se desplaza en un camino solitario bordeado de bosque y riachuelos, para que quienes lo compren puedan desplazarse en medio de periféricos atestados, de multitudes frustradas y de paisajes de concreto, basura y ruido.

En pocos años, la televisión nos ha mostrado las "ventajas" de la superficialidad, lo innecesario y absurdo de nuestra cultura, de nuestro arte y de nuestra música, para acostumbrarnos a otra cultura, arte y música que son más homogéneas y propicias para su uso como medios de control. Nos conduce a abandonar nuestros propios valores, nuestros principios éticos. Todo lo anteriormente mencionado ocasiona una crisis social, política, económica, cultural, educativa y de identidad. La razón de la fragmentación, no radica sólo en el tipo de gestión televisiva, aunque sea un factor importante, sino que tiene que ver con una idea muy extendida, según la cual la especificidad de la información televisiva es su presencia en los hechos (su carácter visual) y su inmediatez, por lo cual la tarea del análisis le es ajena, poco televisiva para un medio tan ágil. La fragmentación provoca la discontinuidad de sucesos, puesto que en muchas ocasiones los programas emitidos son de carácter insustancial. Éste es entonces un grave problema que nos atañe a todos los seres humanos, en tanto receptores de innumerables propagandas, ideologías, en fin de contenidos que en realidad no tienen mucho que aportarnos para la mejora, el perfeccionamiento a que todo hombre debe llegar. Por ello es fundamental crear conciencia de la manipulación que se difunde constantemente, para no ser receptores pasivos, sino buscar de una u otra manera que el ciclo de la comunicación se cumpla, ya sea aportando ideas sobre cómo hacer de cierto programa que ya se transmite y es conocido, escuchado o visto por la mayoría de las personas, que tenga un interés trascendente, que sea formativo; es decir buscar que llame positivamente, la atención del público y que a su

vez resulte fructífero para los medios de comunicación (nunca una ganancia a costa de seres humanos).

Para entender cabalmente la influencia de la T.V., a continuación se explica con mayor profundidad el término "manipulación". La manipulación es el manejo de la conducta del hombre encaminada a lograr un propósito predeterminado, destinado a engañar. Se adapta al campo de la comunicación social.⁶

De cara a los medios de comunicación social manipular equivale a intervenir deliberadamente en los datos de una noticia por parte del emisor; a trastocar sutilmente esos datos; de modo que, sin anularlos del todo, den a la noticia un sentido distinto del original, de acuerdo con unos intereses pre concebidos por parte del emisor. De tal forma que el receptor no pueda percibir esa intervención sin recurrir a otras fuentes de información.

Lo anterior lleva a concluir que toda manipulación en el campo de la comunicación social atenta contra la naturaleza humana, por lo que es necesaria una actitud condenable, desde la perspectiva ética ya que siempre trae consigo la decisión de distorcionar la información. La manipulación propiamente dicha, presupone un intento deliberado de distorcionar la información, de instrumentalizarla al servicio de intereses ideológicos, políticos, de grupos, etcétera.⁷

El manipular las mentes humanas es un instrumento de conquista, es uno de los recursos mediante los cuales los círculos de poder tratan de hacer que las masas se comporten conforme ellos piensan, valiéndose de fantasías que explican, justifican y embellecen las condiciones existentes de vida. Los manipuladores vuelcan el apoyo popular en favor de un orden social que no sirve a los intereses reales y futuros de la mayoría.

En nuestros días, a la manipulación se le usa para vender, para convertir a la sociedad en una sociedad consumista, para crear estereotipos, necesidades falsas, carentes de sentido, vacías de contenido, y si, la mayoría de las veces presentan formas maravillosas, muy atractivas a la vista (sentido que capta los estímulos, para posteriormente mandar el mensaje).

⁶ cfr., ALVEAR, DI FRANCO, et.al. -Informar, comunicar y servir-, p.17

⁷ cfr., *ibidem*., p.38

Lamentablemente otro de los usos de la manipulación es el de crear uniformidad, fomentar que las personas no utilicen una de sus principales capacidades que lo distinguen de los demás seres, la capacidad de pensar, reflexionar, no sólo sobre sus propios actos, sino también sobre lo que lo rodea. Se nos presenta una vida de confort, en donde resulta más cómodo no medir nuestros propios actos, ser irresponsable, hacer las cosas instintivamente, tal y como las pienso en el momento, y así, "no se pierde el tiempo", se es espontáneo. El receptor de cualquier tipo de manipulación es inconsciente de ésta. Muchas veces se niega el ser un objeto receptor, y generalmente, los sujetos que más lo niegan, son los más afectados. Es inevitable el papel hegemónico y activo en el proceso de manipulación que llevan a cabo los medios de comunicación social.

Si la manipulación es un riesgo en la formación de la persona, no menos grave es el fenómeno de la masificación que sugiere un crecimiento desordenado en el que se sacrifica la calidad, en favor de la aceptación indiscriminada de candidatos de recepción.

"La manipulación es una condición en el sentido de una seducción. A parte de las innumerables tácticas manipulativas, algunas de las cuales en su contenido básico, se caracterizan muy limpiamente en sus dos procedimientos extremos: el primero es el efecto narcótico del hipnotismo y el segundo es la histeria colectiva, cuya influencia induce a la confusión. En la hipnosis, la vigilancia y la capacidad autónoma de pensar se encuentran aletargadas".⁸

Hoy en día el hombre es manipulable por los medios de comunicación ya que al no haber pensamiento ni razonamiento, el hombre es convertido simplemente en un receptor de estímulos y responde en consecuencia a éstos.

"A través de la vista, con una mirada entran las cosas del mundo en la intimidad del hombre, lo enaltecen y purifican, o lo envilecen y corrompen, según sean el objeto del mirar y el corazón del que mira".⁹

Debido a lo anterior es muy importante estar atentos a lo que captamos a través de nuestros sentidos, para elegir lo que deseamos y no ser elegidos (como objetos o animales irracionales),

⁸ BENESCH, SCHMANDT., *Manual de autodefensa comunicativa* ..p.37-38

⁹ OROZCO, DELCLOS, Antonio., *op.cit.* .. p.6.

actuando sin tomar en cuenta la libertad, el carácter personal, la voluntad, la razón y la dignidad humana. En repetidas ocasiones, el ser humano tiene comportamientos inhumanos que violentan su propia naturaleza.

Para contrarrestar las malas influencias o manipulaciones recibidas, el pedagogo debe de tomar en cuenta la libertad humana, como esa capacidad para autodeterminarse hacia un bien, pero un bien verdadero, no un bien captada erróneamente por los sentidos.

"Lo que une de raíz a las personas también les confiere libertad: les da a cada una poder para regularse en relación con el orden cualitativo inabarcable, término u horizonte de finalismo que en su plenitud es la necesaria respuesta al inacabamiento personal y, por lo tanto, les permite la superación de cualquier otro orden, propuesto y aún impuesto." ¹⁰

Los medios y los servicios auxiliares de información, que en un pasado no muy lejano eran francamente comerciales y que daban por supuesto el apoyo concreto al orden socioindustrial, era el fruto natural de sus actividades: Ahora son empujados y marchan independientemente hacia una política de manipulación directa. El entretenimiento y la recreación, que son producidos con criterio comercial, son los principales portadores de valores no sólo consumistas, sino también portadores de visiones del mundo ajenas a nuestra ideosincrasia. Pero la información que genera directamente la imponente comunidad empresarial norteamericana también produce efectos de largo alcance. Los principales soportes ideológicos de los mensajes que hoy produce la empresa son la identificación de la libertad humana con la propiedad de bienes, y la clasificación de las actividades mundiales de las corporaciones empresariales como un paradigma de personalismo y por lo tanto de masificación. Es necesario poner mucho cuidado en los mensajes que se transmiten procurando tomar en cuenta al público al que nos dirigimos como comunicadores sociales para no importar antivaleores. Los problemas sociales y políticos paralelamente al entorno informativo y cultural son cada vez más explosivos, creando una atmósfera de crisis. En la comunidad internacional se está acentuando la formación de bloques no sólo generacionales, profesionales, raciales, y políticos, sino también informativos. Existe una convicción fundamental para nuestro modo de vida, a saber

¹⁰GARCÍA, HOZ, Víctor. *El Latín... El concepto de persona*. p. 251.

que cuando las personas que manejan el poder ocultan sistemáticamente la información que pertenece directamente al público, el pueblo no tarda en ignorar sus propios problemas, en desconfiar de quienes lo gobiernan, y eventualmente en quedar incapacitado para decidir su propio destino. Lo que verdaderamente se propone es alejar, desplazar y manipular los conflictos y orientar a la sociedad haciendo uso de definiciones falsas que se repiten constantemente y terminan siendo la única condición con cordura. Es decir, los medios masivos de comunicación crean nuevas formas de control y dirección esencialmente pacíficos, dirigiéndose hacia fines sociales cada vez más estrechos.¹¹

Los medios de difusión son fuente de la revelación agresora y sugerente. Los mensajes que producen o refuerzan, la mentalidad de los "cascos de acero", crean un sentimiento de violencia, también convencen del vacío y de la naturaleza destructiva de los valores del sistema a muchos jóvenes que gracias a su origen están en mejores condiciones de juzgar lo que ofrece la sociedad de consumo. El desarrollo de una numerosa fuerza de trabajo, la fuerza del conocimiento debe indicar a los directivos de los medios de comunicación que es necesario controlar cada vez más el entorno informativo y cultural. La manipulación de cerebros empieza por casa, ya que a través de los medios de comunicación las personas se informan de forma pasiva, quizá sin formarse un recto criterio sobre la veracidad o falsedad del asunto.¹²

En nuestra cultura, debe darse un giro de ciento ochenta grados, una benéfica e impostergable transformación, en la que nuestros juicios de valor tengan una buena brújula: habrá de saberse entonces que el error es una falla, sobre todo de la inteligencia y que se requiere disciplina y valor para evadirlo, en tanto que la mentira no es una habilidad necesaria en momentos difíciles, sino un vicio ético, que debe ser considerado el enemigo máximo de toda comunidad social.

Las decisiones contemporáneas buscan el crecimiento de la libertad por la vía de la liberación. La manipulación y la masificación son enemigos de la libertad que se encuentra encarnada en el cuerpo; condicionada por la naturaleza; solicitada por las pasiones, situada en la sociedad, y orientada por la razón. La libertad así entendida provoca primero la pérdida el sentido del

¹¹ OROZCO, DELCLOS, Antonio., *op.cit.*, p.10

¹² *cf.*, SCHILLER, Herbert., *Los manipuladores de cerebros.* p. 181- 213

deber, adquiriendo con ello tonalidades cada vez más fuertes, que califican al hombre en forma diversa: superficial, despreocupado, bohemio, sinvergüenza. Después rompe con la interacción en la sociedad, cayendo en el anarquismo (el que no quiere estar sujeto a principios ni principios). Más tarde, el hombre carente no ya de pasión sino de emociones, llega a la frialdad cerebral pseudocientífica, que comienza cancelando el sentimiento de compasión hacia los demás y termina en la crueldad. Después de caer en un tipo de vida artificial que lo hace perder el contacto con los hechos físicos primarios, y que frecuentemente se describe como un ideal en las novelas de ciencia ficción, sospechosamente numerosas hoy. Por último el que cree verse libre, busca liberarse del cuerpo.¹³

1.3. EL OCIO Y EL TIEMPO LIBRE

El ocio es: *lat. otium*. Descanso. Sinón. V. Inacción. Entretenimiento, distracción del espíritu: obras de ingenio formadas en los ratos que dejan libres otras tareas: ocios poéticos.¹⁴

La Inacción: falta de acción, pereza. Sinón. Desocupación, holganza, inactividad, inercia, ocio, ociosidad.¹⁵

El hombre emplea sus tiempo libre en distintas actividades. Estas actividades generalmente lo ayudan a descansar de sus responsabilidades cotidianas. Una forma de hacerlo es a través del entretenimiento, en tiempos de ocio.

El entretenimiento: es la acción de distraerse (no se tiene la intención, algún factor externo puede provocarla) y de divertirse (se tiene la intención, por lo que se busca algún factor o actividad, que la provoque). La palabra entretenimiento es comunmente usada cuando uno quiere descansar o salir de lo cotidiano, de esta manera se divierte o se distrae la persona.

¹³ cfr., SCHILLER, Herbert., *op.cit.*, p. 710 - 712

¹⁴ cfr., LAROUSE., p. 734

¹⁵ *ibidem.*, LAROUSE., p.566

La Distracción (*lat. distractio, separación*). Diversión : entregarse a distracciones inocentes (Sinon. espectáculo y recreo).¹⁶

La Diversión (*lat. diversion supino de divertere, alejar*). Pasatiempo (Sinon. V. recreo).¹⁷

"La palabra diversión viene del verbo latino *divertere*, apartar, separar, son una necesidad imprescindible para el cuerpo y el alma. El hombre necesita apartarse de vez en cuando del cúmulo de preocupaciones y fatigas inherentes a la lucha diaria por la vida. Sin la prudente y bien administrada diversión, las fuerzas se agotarían muy pronto incapacitándole para el trabajo manual o intelectual".¹⁸

Respecto al entretenimiento, se piensa que la televisión si lo es, puesto que es divertida en muchos casos, ayuda a olvidar un poco los problemas, al menos lo hace momentáneamente (en suma, provoca la evasión de la realidad), mediante la presentación de imágenes continuas "agradables a la vista" (a través de las cuales, se da la manipulación).

En todos lados, los medios tienen funciones de entretenimiento que no sería deseable, pero tampoco posible, modificar. No hay televisora importante que no dé preferencia a contenidos que podemos considerar como escapistas o distorsionadores de la realidad, pero que son parte de nuestras formaciones culturales y hasta de nuestros hábitos cotidianos.

En la actualidad debido al ritmo de vida del siglo XX, el hombre se encuentra sumergido en un sin número de ocupaciones profesionales y laborales, ocupando casi el cien por ciento de su tiempo. Sin embargo, para que el hombre pueda seguir realizando estas labores cotidianas, requiere de descanso, de ocio y tiempo libre, el cual debe ocupar eficientemente, recordando que el descanso no es no hacer nada, sino cambiar de actividad, distraerse de lo ordinario. El hombre emplea su tiempo libre en distintas actividades, las cuales generalmente lo ayudan a descansar de sus responsabilidades cotidianas. Una forma de hacerlo es mediante el entretenimiento, salir de lo ordinario, sin convertirse en un ser pasivo, adquiriendo la forma de un recipiente.

¹⁶ *Ibidem*, LAROUSE., p. 367

¹⁷ *Ibidem*, LAROUSE., p. 370

¹⁸ GER., Tomo XIII, XXV., p. 69.

Todos los medios de comunicación tienen funciones de entretenimiento, que a pesar de ser deseable, es prácticamente imposible modificar debido a que se rigen por los intereses de unos cuantos. No hay televisora en México que no de preferencia a contenidos que se pueden considerar como escapistas o distorcionadores de la realidad, pero que son parte de la formación cultural y hasta de los hábitos cotidianos. Simplemente ocurre que, en México los grandes medios de comunicación contribuyen a reforzar una cultura de la inmovilidad.¹⁹

Debido a que el hombre tiende a ocupar gran parte del escaso tiempo libre con que cuenta en ver la T.V., como un medio de entretenimiento, se piensa que estos momentos en que se sienta a ver el televisor para descansar, pueden ser aprovechados para su formación (configuración estética y armoniosa de una personalidad coherente, la cual se compone esencialmente de la capacidad de perfeccionamiento intelectual y espiritual).

La formación intelectual y espiritual son de vital importancia para el perfeccionamiento de la persona, pero ésta requiere en ocasiones de incentivos externos que lo lleven a buscar este perfeccionamiento. Si bien son importantes la formación intelectual y espiritual, no son suficientes, pues debe buscarse, desde el punto de vista educativo, la formación integral de la persona, lo que quiere decir que el hombre requiere de una formación lo más completa posible para convertirse en una persona en toda la extensión de la palabra, buscando que tenga el suficiente criterio como para decidir, saber elegir entre lo bueno y lo nocivo para su perfeccionamiento. Se busca que la persona sea dueña de sí misma y evitar así la manipulación. El objeto de la formación es el de acrecentar la capacidad de actuación del hombre.

Una característica importante de la formación es que debe ser permanente, es decir, debe durar toda la vida, por que el hombre siempre es un ser inacabado que tiende a su superación diariamente. La formación integral debe cubrir todas las facetas humanas y sobrenaturales del hombre.

La formación a través de los medios de comunicación es un asunto que únicamente ha sido considerado como la posibilidad de la formación cultural, como lo son las bellas artes, las culturas prehispánicas, los nuevos descubrimientos y avances de la ciencia y tecnología,

¹⁹cf. idem

generalmente presentados en canales de televisión estatales, como el canal 11 de México, el Discovery Chanel en los Estados Unidos, así como algunos sistemas de T.V por cable o vía satélite. Estos programas lamentablemente se valoran muy poco, no son muy populares por no ser presentados de forma interesante y comercial, sino más bien áridamente. De tal manera que cuando el televidente busca un poco de entretenimiento en el televisor, éstos programas pasan generalmente inadvertidos, resultando aburridos, por lo que se recurre a la cultura comercial.

Como puede apreciarse la T.V., tiene la posibilidad de ofrecer al receptor un entretenimiento, que además de hacerlo descansar de sus labores cotidianas, lo forme y lo haga ser mejor como persona, aprovechando su tiempo libre. La difícil tarea de formar a través de los medios de comunicación masiva, en especial la T.V., es ofrecer un producto de alta calidad, con la suficiente atracción como para que el tele-espectador recurra a él, disfrutando y aprendiendo, es decir consiguiendo un entretenimiento formativo mediante el ocio y el tiempo libre.

La formación que debe buscarse es aquella que intente mejorar a las personas en todas sus facetas. Esta formación masiva además de ser entretenida, debe ser lo suficientemente integral como para que cada receptor tome de ella lo que necesita para su mejora personal, en tanto la capacidad de ser perfectible que posee el hombre. A través de un programa entretenido que busque el objetivo de la formación integral de la persona, debe por lo tanto ofrecer al televidente la oportunidad de reflexionar ante los diversos programas que ordinariamente frecuenta, lo cual contribuirá a que en sus tiempos libres a través del entretenimiento, la persona perfeccione su capacidad de análisis y síntesis en lo referente a las realidades cotidianas presentadas por la T.V., y a su vez repetidas en muchas ocasiones en el mundo circundante.

Por otra parte la televisión debe preocuparse por la formación cultural del hombre, ofreciéndole programas atractivos y con contenidos que le lleven a elevar su nivel cultural. Estos programas también deberán fomentar la identificación de valores, de tal manera que su identificación pueda ser aplicable a la vida real.

Como puede apreciarse la T.V., representa un excelente elemento a través del cual el hombre puede obtener un entretenimiento formativo que lo lleve a incrementar su capacidad de actuación humana en la vida cotidiana.

El entretenimiento formativo es una función de los medios de comunicación que provoca el ocio, buscando el crecimiento del ser humano (con las características que a éste confieren), aprovechando el tiempo libre para lograr su perfeccionamiento. El ocio va dirigido a revitalizar al individuo después de horas de trabajo para que vuelva a él con un nuevo entusiasmo, y se olvide de su problemática personal, para canalizar sus fobias y frustraciones a través de diferentes motivos, manejando ciertos conflictos hacia posibles soluciones, analógicamente con la programación comercial, dando sentido a los entretenimientos para las masas que tienden a ser disfuncionales, por no tomar en cuenta al público, conformando en el tele-espectador un ser pasivo y no activo.

De esta manera se está transmitiendo una cultura electrónica por medio de la cual se unifica a la sociedad dándole normas comunes, valores y experiencias colectivas, sustituyendo la educación formal por una que se ve en pantalla, carente de contenido (de fondo).

CAPÍTULO II

DESARROLLO Y FUNCIÓN DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

En este capítulo se hace una breve descripción de la aparición y desarrollo de la televisión en México, mediante una cronología sobre la historia de la misma.

2.1. HISTORIA DE LA T.V. EN MÉXICO:

En el presente capítulo se menciona la historia de la televisión en México a manera de cronología a lo largo de 60 años, desde 1934 a la fecha, en la que resulta la aparición de CABLEVISION, la Televisión Estatal, el comienzo de la Competencia, así como los inicios de MVS MULTIVISION.

La televisión en México surge casi paralelamente a su desarrollo en los Estados Unidos, cuando en el año de 1934, el Ingeniero Guillermo González Camarena, ayudado por las actrices de radio Rita Rey y Emma Telmo, comienza a realizar programas experimentales de T.V.(con equipo construido por él mismo), Un año después el Presidente Lázaro Cárdenas apoya el experimento de González Camarena y dispone que se le faciliten a éste, para que trabaje con ellos, los estudios de la radiodifusora XEFO del Partido Nacional Revolucionario (emisora que trae equipo de T.V., a México).²⁰

Cinco años después, el Ingeniero González C. patenta en México y Estados Unidos un sistema de T.V., a colores denominado Tricromático, basado en los colores verde, rojo y azul, Sin

* La información mencionada a continuación fue retomada de una Propuesta de reorganización del Área de Atención a Clientes en el sistema de televisión restringida de MVS MULTIVISIÓN., la cual es una obra inédita.

²⁰ cfr. MEJIA BARQUERA, F. Televisa el Quinto Poder., p. 10

embargo en 1942 abandona los experimentos en circuito cerrado y realiza a través de la estación XHIGC, la primera transmisión de T.V., en México enviando la señal por el espacio aéreo.

Entre 1944 y 1949: Los gobiernos de Manuel Avila Camacho y de Miguel Alemán Valdés reciben solicitudes de concesión para operar comercialmente canales de T.V., por parte de diversos empresarios mexicanos y extranjeros. Entre ellos destacan: Cecilio Ocón, Gonzalo J. Escobar, Santiago Reachí, Julio Santos Coy, Alberto Rolland, Guillermo González Camarena, Rómulo O'Farril, Emilio Azcárraga Vidaurreta y los estadounidenses Lee Wallace (de la empresa Tele Shows), David Young (senador en el Congreso estadounidense) y Lee De Forest (afamado inventor, pionero de la radiodifusión y creador entre otras cosas, del bulbo de vacío).

El 7 de septiembre de 1946 González Camarena transforma la XGGCI en estación experimental, con permiso de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, y opera, para fines de investigación, un circuito que va de su domicilio a la XEW, emisora de la cual González Camarena era jefe de operaciones desde 1940. Cada sábado transmite un programa .

La organización que agrupa a los principales propietarios de estaciones radiodifusoras en Latinoamérica "Televisión Asociada", se constituye en 1946. El objetivo de esta organización es constituir un frente continental que aglutine a los empresarios de la radiodifusión para presionar con mayor fuerza a los gobiernos latinoamericanos con el fin de que éstos acepten que la *televisión tenga un uso comercial*. Como dirigentes de esta agrupación actúan. Emilio Azcárraga, de México (presidente); Clemente Serna Martínez , de México (vicepresidente); Goar Mestre, de Cuba (secretario), y Raúl Fontane, de Uruguay (tesorero) .

En 1947 a petición del presidente Miguel Alemán Valdés, el director del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), Carlos Chávez, nombra una comisión para que se encargue de analizar la *forma de operar de los dos principales sistemas de televisión en ese momento: el estadounidense (comercial- privado) y el británico (monopolio estatal)*. Para tal efecto, la comisión designada por el INBA e integrada por el escritor Salvador Novo y por el Ingeniero Guillermo González Camarena debería realizar un viaje por los Estados Unidos y Europa, y entregar, al término del mismo, un informe al presidente Alemán Valdés con el fin de que el gobierno de México contara

con elementos para determinar cuál de las dos formas de operar la televisión convenía más a nuestro país.

Fue entre 1947 y 1950 que el ingeniero González Camarena instala circuitos cerrados de televisión en las tiendas más importantes de la ciudad de México y en los cines del circuito de exhibición Cadena de Oro, propiedad del industrial de la radio Emilio Azcárraga Vidaurreta. Mediante dichos circuitos se anuncian diversos productos y se invita a los transeúntes a mirar su imagen en el receptor de televisión.

En el año de 1948, la comisión enviada por el INBA a los Estados Unidos y Europa entrega al presidente Alemán Valdés el resultado de su análisis. el texto del informe consta de dos partes; la primera, escrita por Salvador Novo, se refiere a los aspectos administrativos, de organización, financiamiento y contenido de los sistemas de televisión británico y estadounidense; la segunda, escrita por el ingeniero González Camarena, se refiere a las características de la operación técnica en ambos sistemas. En la parte redactada por Novo no aparece, explícitamente, ninguna recomendación acerca de cuál de los dos *sistemas de televisión analizados: el estatal o el privado debe adoptar México*. No obstante, el escritor vierte elogios a la televisión británica, operada por la British Broadcasting Corporation (BBC). En cambio, la parte del informe redactada por el ingeniero González Camarena es muy clara; por "razones técnicas y económicas" recomienda para México la adopción de las especificaciones técnicas de la televisión estadounidense.

En opinión del ingeniero González Camarena estas especificaciones técnicas, muy distintas a las de la televisión europea, permitirán un desarrollo más rápido de la televisión en nuestro país, pues todos los experimentos realizados en México en este campo se habían efectuado sobre la base de las especificaciones técnicas de la televisión de los Estados Unidos. Así mismo, los aparatos que comenzaban a producirse en México estaban hechos para funcionar con ellas. Pero el principal argumento de González Camarena para esta recomendación era que, a su juicio, para lograr el desarrollo inmediato de la televisión en México sería necesario importar del extranjero una gran cantidad de aparatos receptores, pues el número que se fabricaba en el país era muy reducido, y resultaría mucho más sencillo y con menores costos adquirirlos en los Estados Unidos que traerlos desde Europa.

Los trabajos de construcción del edificio Radiópolis ("La Ciudad del Radio"), que se habían empezado el 18 de septiembre de 1943, con el objeto de instalar ahí las emisoras XEW y XEWW (onda corta), se interrumpen momentáneamente en 1948.

Al reanudarse, corresponden ya a otro proyecto "Televisión", destinado a construir en un área de 56 metros de frente por 110 de fondo instalaciones para producción y transmisión de programas de televisión desde una altura de setenta y cinco metros sobre el nivel de la calle. El edificio se inauguró el 12 de enero de 1952.

El Gobierno dejó los medios: Al iniciarse la expansión de los medios de difusión electrónicos, diríase que México no tenía aún conciencia de su significado político. Si bien cabía el antecedente del régimen del presidente Lázaro Cárdenas, que intentó multiplicar la participación estatal en la radiodifusión, al autorizar el desarrollo de la televisión comercial el gobierno mexicano, dejó en manos privadas el vehículo más importante de comunicación social. Esta decisión se agrava al comprobarse que *los modelos que imita la televisión comercial acentúan la colonización ideológica y el deterioro de la conciencia nacional*.

El Secretario de comunicaciones y Obras Públicas, Agustín García López, en 1949 declara a la prensa que *"el gobierno hará uso de la televisión con fines sociales y culturales, al tiempo que reconoce que será motivo de explotación comercial por parte de los particulares"*.²¹

Se otorga la primera concesión para operar comercialmente un canal de televisión. El titular de la concesión es la empresa Televisión de México, S.A., propiedad del señor Rómulo O'Farril, dueño también del diario Novedades de la ciudad de México. La estación adopta las siglas XHTV y se le asigna el canal 4.

A petición de diversos empresarios vinculados con la radiodifusión, el gobierno de Miguel Alemán Valdés forma una comisión encargada de elaborar un reglamento para el funcionamiento de la televisión en México, como asesor técnico de esta comisión es designado el Ingeniero Guillermo González Camarena.

El 11 de febrero de 1950, el Diario Oficial de la Federación publica el "Decreto que fija las normas a que se sujetarán en su instalación y funcionamiento las estaciones radiodifusoras de

²¹ *ibidem* .. p.14

televisión".* En este decreto se hallan incluidas todas las especificaciones técnicas que el ingeniero González Camarena había recomendado en 1948 al gobierno del presidente Alemán Valdés, en ese mismo año en 1950 el canal 4 de televisión, XHTV, empieza a funcionar en transmisiones de prueba. Se inaugura oficialmente el 31 de agosto con una transmisión desde el Jockey Club del Hipódromo de las Américas. A la ceremonia asisten importantes funcionarios públicos, empresarios de México y del extranjero. Al día siguiente, el 1º de septiembre de 1950, el canal 4 comienza sus transmisiones regulares con la emisión del IV Informe de Gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés. El 21 de mayo de 1951 inicia sus transmisiones regulares la estación XEWT, canal 2, concesionado a la empresa *Televimex, S.A.*, propiedad del magnate de la radio Emilio Azcárraga Vidaureta, dueño de las emisoras XEW y XEQ, y accionista mayoritario de la empresa Radio Programas de México, la más importante cadena radiofónica del país.

El 18 de agosto de 1952 comienza sus transmisiones regulares, la tercera estación de televisión en México. Se trata de XHGC, canal 5, concesionada al ingeniero Guillermo González Camarena a través de la empresa Televisión González Camarena, S.A.

2.1.2 LA FORMACIÓN DEL MONOPOLIO Y LA EXPANSIÓN DE LA TELEVISIÓN COMERCIAL*

* El 26 de marzo de 1955, los concesionarios de los canales de televisión 2, 4 y 5 deciden constituir una empresa encargada de administrar y operar esas emisoras, la nueva empresa, *Telesistema Mexicano, S.A.*, no se convierte en concesionaria, con lo cual salva legalmente lo establecido en el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en el sentido de no permitir las prácticas monopólicas en México. Las concesiones continúan

* op.cit., Propuesta de reorganización del Área de Atención a Clientes en el sistema de televisión restringida de MVS MULTIVISIÓN, la cual es una obra inédita.

*idem

perteneciendo a las empresas que originariamente las obtuvieron: Televimex, S.A.(canal 2), Televisión de México, S.A.(canal 4) y Televisión González Camarena, S.A.(canal 5) Telesistema Mexicano, S.A., ha nacido como un medio de defensa de las tres empresas citadas.

A partir de ese momento, todos los programas se originarían desde Televisión de México, que se convertirá en la gran central de televisión. Dentro de un año, la televisión será la primera industria de espectáculos del país, lo mismo que de la publicidad; tendrá mayor importancia que la cinematografía.

La creación de Telesistema Mexicano permitió unificar en una sola entidad el poder económico de Emilio Azcárraga Vidaurreta y Rómulo O'Farril con la alta capacidad técnica del ingeniero González Camarena. Además, para ese año, los canales 2 y 4 contaban ya con un equipo técnico importante que en poco tiempo les permitiría transmitir su señal a diversos lugares del país (el canal 4, por ejemplo, contaba con un equipo de microondas de alcance de 150 kilómetros y planeaba instalar una estación repetidora en el paraje conocido como Paso de Cortés entre los volcanes Popocatepetl e Iztaccihuatl- con el objetivo de hacer llegar su señal a Veracruz y Querétaro). Cubrir el territorio nacional con señales de televisión era el principal objetivo de Telesistema, según el señor O'Farril.

La fusión de intereses dentro de Telesistema Mexicano, S.A., permite la *extensión de la televisión a la provincia*, con lo que podrá ir cubriendo en escala creciente el territorio nacional mediante estaciones repetidoras de los canales básicos, 2 y 4, cosa que antes no podía ocurrir si tuviésemos que concurrir con dos canales en cada zona, pues el alto costo de la televisión no permitiría sostener este servicio desde un punto de vista económico y comercial. Como directivos de Telesistema Mexicano fueron designadas las siguientes personas: Emilio Azcárraga (Presidente y Gerente General), Rómulo O'Farril (Vicepresidente), Emilio Azcárraga Milmo y Rómulo O'Farril Jr. (Gerentes), Antonio Cabrera (Subgerente Administrativo), Luis de Llano (Subgerente Técnico) y Ernesto Barrientos (Subgerente de Ventas).

Las acciones de la empresa (10 mil con valor de mil pesos cada una, y que representaban un capital de 10 mil millones de pesos) quedan distribuidas de la siguiente forma: Emilio Azcárraga

Vidaurreta, 4 mil; Rómulo O'Farril, 4 mil; Emilio Azcárraga M. 500; Rómulo O'Farril, Jr., 500; Ernesto Barrientos Reyes, 500; y Fernandez Barroso, 500.

Se inicia este año la construcción del Sistema Nacional de Microondas. La Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas planea construir tres rutas: la de occidente, la del sureste y la del norte. Se calcula que la construcción de este sistema tendrá un costo de 42 millones 500 mil pesos.

Telesistema instala, también en 1955, una estación transmisora de 7.5 kilovatios en Paso de Cortés. La estación, construida por la Internacional Telephone and Telegraph (ITT) y colocada a una altura de 4 200 metros sobre el nivel del mar, repite los programas del canal 4 del D.F y permite que puedan captarse en el sureste y el suroeste de México, desde el Golfo de México hasta el Pacífico.

En 1956 comienza a funcionar la XEAWTV, repetidora del canal 2, instalada en el cerro de El Zamorano (Guanajuato). La estación, con potencia de 30 kilovatios y ubicada a 2800 metros sobre el nivel de el mar, permite cubrir la región del Bajío y los Estados de Michoacán, Tamaulipas, San Luis Potosi y Querétaro.

Dos años después, la estación XEFBTV de la Ciudad de Monterrey, afiliada a Telesistema Mexicano, adquiere de la empresa AMPEX la primera máquina de video-tape en México. La introducción del video-tape en nuestro país representa un enorme adelanto para la producción televisiva en la medida en que permite la grabación y edición de programas reduciendo al mínimo los errores en éstos. Pero es, al mismo tiempo, un instrumento técnico que permite una extraordinaria expansión económica de Telesistema Mexicano en los años 60. Mediante la grabación en video-tape, esta empresa comienza en esa década a exportar programas especialmente telenovelas a Latinoamérica y a los Estados Unidos. El primer programa grabado en video-tape se difundió el 3 de abril de 1959 y se trató de la serie Puerta de Suspenso.

Hacia 1959, Telesistema Mexicano cubre con repetidoras en 20 estados de la República y anuncia que invertirá 21 millones de pesos para cubrirlos todos antes de 1960.

En 1960, se publica el 19 de enero en el Diario Oficial de la Federación la Ley Federal de Radio y Televisión. El contenido de esta ley es sumamente coincidente con el documento

titulado 12 bases para uniformación sobre la radiodifusión en América. De esta manera nació Interamericana de Radiodifusión, organización que agrupa a los concesionarios de radiodifusoras comerciales en todo el continente. Durante el proceso de elaboración, dictamen, discusión y aprobación del proyecto de ley, los concesionarios mexicanos jugaron un papel muy activo para que sus intereses mantuvieran un lugar predominante en la versión final de la Ley Federal de Radio y Televisión. En este proceso, además, los concesionarios contaron con el apoyo activo de varios diputados, como Rubén Martín y Kall, Moisés Ochoa Campos y José Guillermo Salas Armendáriz.

Algunas de las *principales características de esta ley* son las siguientes: el derecho a la libertad de expresión, que estaba vetado para la radio y la televisión, se extiende a estos medios de un servicio público y pasan a ser prestadoras; esto faculta legalmente a los concesionarios de las empresas de radio y televisión a decidir libremente, sin intervención de ninguna autoridad, el monto de las tarifas cobradas por los servicios publicitarios que las emisoras prestan; las faculta, igualmente, para decidir a quién venden tiempo de estación y a quién le niegan el servicio; y por otra parte las concesiones otorgadas por la ley son hasta por 30 años para operar comercialmente estaciones de radio y televisión.

Se publica en el Diario Oficial de la Federación, el 29 de diciembre de 1961, la Ley de impuestos para las Empresas que Explotan Estaciones de Radio y Televisión. Esta ley dispone que dichas empresas deben pagar como impuesto el 1.25 por ciento de sus ingresos brutos.

En 1962 se crea la empresa Teleprogramas Acapulco, filial de Telesistema Mexicano. Esta empresa, dirigida por el licenciado Miguel Alemán Velasco, se encarga de producir programas de televisión para el consumo Nacional y para la exportación a los Estados Unidos y América Latina. Adquiere tal importancia en los años sesenta que las televisoras de muchos países de Centro y Sudamérica conformaban su programación con un alto porcentaje de programas de Teleprogramas Acapulco. Por ejemplo, en Perú, según reporta la revista Televisión, el canal 2 de Lima formaba el 90 por ciento de su programación con video-tapes importados desde México.

En la integración de Teleprogramas Acapulco participaron las empresas Telesistema Mexicano, Televimex, Televisión de México y Televisión González Camarena, que aportaron juntas 75 por ciento de la inversión, y la American Broadcasting Company, Inc. (ABC), que aportó el 25 por ciento restante.

Las transmisiones de televisión a colores comienzan en México en 1966, con el programa Escaparate 360 del canal 4. Para 1967, la televisión a colores funciona ya de manera regular con la serie inglesa Los Thunderbird.

En 1968 se concluyen los trabajos de la Red Nacional de Telecomunicaciones, iniciados en 1963. Esta red incluye, entre otras instalaciones, la Red Federal de Micro ondas y la Estación Terrestre para Comunicaciones Espaciales de Tulancingo (para envío y recepción de señales por satélite), comunicada con los satélites INTELSAT III Y IV. Estas instalaciones hicieron posible la comunicación de México con otros países a través de satélite. El costo de la Red Nacional de Telecomunicaciones fue de 930 millones 739 mil pesos.

El 1º de septiembre, comienza a funcionar, con la transmisión del IV Informe de Gobierno del Presidente Gustavo Díaz Ordaz, la estación XHTM, canal 8. La concesión se otorga a la empresa Fomento de Televisión, S.A. de C.V., filial de Televisión Independiente de México, empresa adscrita al poderoso grupo industrial Alfa de la ciudad de Monterrey.

Diciembre, los días 30 y 31 de Diciembre el Gobierno de la República emite las siguientes disposiciones que se relacionan con la radio y la televisión:

- a) Se establece un impuesto de 25 por ciento al importe total de los pagos que se efectúen por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales para el uso de bienes de dominio directo de la nación cuando la actividad del concesionario esté declarada expresamente de interés público por la ley.
- b) Se designa a los concesionarios de estaciones de radio y televisión "causantes solidarios" de este impuesto y se establece la obligación para ellos de separar 25 por ciento de pagos que sus empresas reciban por el servicio de radiodifusión y entregarlo a la autoridad fiscal
- c) Se propone una alternativa para cumplir con este impuesto: la Secretaría de Hacienda y Crédito Público otorgaría un subsidio equivalente al total del impuesto mencionado siempre y

cuando los *concesionarios de las empresas de radio y televisión se sujetaran a los siguientes requisitos:*

1) colocar el 49 por ciento de sus acciones (sin incluir las de voto limitado), en un fideicomiso irrevocable, en instituciones nacionales de crédito, a fin de que pudieran emitirse certificados de participación susceptibles de ser adquiridos por el público; 2) que los miembros del Consejo de Administración titulares de las acciones de voto ilimitado tuvieran la facultad de vetar la prestación de los servicios para salvaguardar las actividades de la sociedad y de determinar las normas a las que debe ajustarse la empresa sobre el interés público que corresponde a las actividades de la sociedad; 3) que la Asamblea Ordinaria de accionistas decidiera reinvertirlas.

Los empresarios de la radio y la televisión consideran que estas medidas lesionan sus intereses e inician negociaciones con funcionarios del gobierno para tratar de eludirlas y así, el 1º de Julio de 1969, el presidente Díaz Ordaz emite un decreto que añade una opción para cubrir el impuesto mencionado; el Gobierno de la República considerará cubierto dicho impuesto si las estaciones de radio y televisión ponen a disposición del Estado 12.5 por ciento del tiempo diario de su programación para que lo utilice de la manera que juzgue pertinente. Asimismo, en el decreto se hace la observación de que este tiempo de transmisión no será acumulable, ni su uso podrá diferirse aun cuando no sea utilizado, pues se entiende que el concesionario cumple con su obligación con sólo poner dicho tiempo a disposición del Estado. Si el Ejecutivo no utilizase, total o parcialmente, ese tiempo deberá hacerlo el concesionario para sus propios fines a fin de no interrumpir el servicio de radiodifusión.

En esa misma fecha, el presidente Díaz Ordaz emite un acuerdo que autoriza a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a expedir nuevos títulos de concesión a los empresarios que en ese momento operan estaciones de radio y televisión. El acuerdo afirma que las concesiones "se otorgarán por un término de 10 años adicionado del tiempo que falte por transcurrir hasta el vencimiento de las concesiones con la salvedad de que la duración total no excederá de 20 años" Esta disposición uniforma el término de las concesiones de las estaciones existentes en ese año. Sin embargo, hay excepciones importantes. Por ejemplo, los canales 2 y 4 de la ciudad de México finalizan sus concesiones en 1985.

De acuerdo al relato de Sergio Romano publicado en la revista mexicana de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, relativo al impuesto del 12.5 por ciento, cuando Díaz Ordaz quiso cobrar mayores impuestos a las radiodifusoras y ejercer mayor control en lo que transmitían, la respuesta fue que la Cámara de Radiodifusión en pleno fue a ver al presidente para entregarle todas las concesiones y de pasada amenazarlo con represalias económicas por parte de sus clientes de publicidad. La amenaza era de tal magnitud que todo quedó en que los mismos radiodifusores propusieran que, en lugar de impuesto, el gobierno tuviera derecho a *transmitir sus propios programas y mensajes en el 12.5 por ciento del tiempo real de transmisión de cada estación.*²²

2.1.3. LA LLEGADA DEL PRIMER SISTEMA DE T.V. POR CABLE

El 20 de Mayo de 1969, la secretaría de Comunicaciones y Transportes otorga a la empresa Cablevisión, S.A., filial de Telesistema Mexicano, concesión para operar en la ciudad de México el servicio de televisión por cable. Aunque la televisión por cable comenzó a operar en algunas ciudades del norte de la república en 1954, a partir de 1969 empieza a extenderse y a constituir un negocio significativo.

Cuando en 1968 Díaz Ordaz otorgó las concesiones de los canales 8 y 13, México cayó automáticamente en el ejercicio de la fórmula norteamericana que obliga a los concesionarios a operar bajo el concepto de costo por millar; esto es, la única cualidad que se le pide a una emisión es que sea vista por el mayor número de personas que sea posible, de ahí se explica un libertinaje que provoca el reinado de programas en un tono cada vez más degradado. En 1970 la Dirección General de Información y Noticieros de Telesistema Mexicano, que hasta entonces no producía noticieros propios, sino que adquiría los servicios informativos de empresas periodísticas -como el diario Excélsior- o vendía tiempo a éstas para que transmitieran noticieros, decide crear, y anuncia que a partir del 13 de Febrero de ese año produciría sus

²² cfr., MEJIA, BARQUERA, F., *op.cit.*, p.17

propios programas informativos. Imponiendo su fuerza en la cultura, en la ideología y en la sociedad en general.

2.1.4. LA APARICIÓN DE LA T.V. ESTATAL

Los inicios de la televisión estatal se dan a principios de 1971, dos años después de otorgado el permiso a Cablevisión para operar por cable. Con la televisión estatal no solamente Televisa crece, sino que el televidente adquiere mayor variedad en la programación.

a) La era del satélite: la constitución de Televisa y su inserción en el campo de la educación y la cultura.

En Marzo de 1971, se constituye en México la Organización de Televisión Iberoamericana (OIT), cuyo objetivo es el de intercambiar programación a través de satélite, entre las televisoras de Latinoamérica, Portugal y España. Las representaciones de Argentina, Brasil, España y México (este último a través de Telesistema Mexicano) poseen 48 por ciento del total de votos en las asambleas de la OIT y aportan 70 por ciento de las cuotas con las que se sostiene esta organización. Para llevar a cabo su plan de trabajo, la OIT contrata los servicios del consorcio multinacional denominado Organización Internacional de Telecomunicaciones por Satélite (INTELSAT).

En noviembre de 1971, México se adhiere al sistema INTELSAT. Para tal efecto, el Gobierno de la República adquiere 1.5 por ciento del total de las acciones de este consorcio multinacional. Un año después, en diciembre de 1972 se lleva a cabo la fusión de Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México en una sola entidad encargada de administrar los recursos de que disponían ambas empresas: Televisión Vía Satélite, S.A.(Televisa). Al igual que Telesistema Mexicano, Televisa no es empresa concesionaria. Las concesiones de los canales 2, 4, 5 y 8 siguen siendo propiedad de las empresas que los obtuvieron originalmente: Televimex, Televisión de México, Televisión González Camarena y Fomento de Televisión Nacional, respectivamente. Televisa empieza a operar formalmente el 8 de enero de 1973.

El Diario Oficial de la Federación publica el 4 de abril de 1973 el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión. En éste se precisan las atribuciones de la Secretaría de Gobernación como instancia del Ejecutivo Federal encargada de vigilar que los contenidos de las emisiones de radio y televisión se ajusten a lo estipulado en las leyes vigentes. Así mismo, el Reglamento fija los límites del tiempo que las estaciones de radio y televisión pueden ocupar para transmitir publicidad. En el caso de la televisión, las emisoras pueden dedicar 18 por ciento del tiempo total de transmisiones para programar anuncios publicitarios.

Se funda la empresa Satélite Latinoamericana, S.A. (Satelat 1974) con los objetivos de "difundir la imagen de México en América Latina" y de ocuparse de "la producción, distribución, representación, compra-venta y comercio en general de programas de televisión por satélite. Del total de acciones de Satelat, 51 por ciento pertenece a los canales de televisión 11 y 13, al Banco Nacional Cinematográfico a Notimex y 49 por ciento a Televisa.

Para el año de 1976 Televisa adquiere 20 por ciento de las acciones de la empresa Spanish International Communication Corporation de los Estados Unidos y funda el sistema Univisión, que ese mismo año incluye una emisora en Los Angeles, otra en Nueva York y una más en San Antonio. Televisa comienza a exportar programas a los Estados Unidos por medio de satélite y microondas a través del sistema Univisión.

Televisa comienza a transmitir en el mes de Enero la serie Introducción a la Universidad.

Se constituye Fundación Cultural Televisa. Su Consejo Consultivo lo integran los señores Antonio Carrillo Flores, Andrés Henestrosa, Gustavo Baz, José Luis Martínez, Francisco Monterde, Enrique González Casanova, Salvador Zubirán, Silvio Zavala, Carlos Graeff Fernández y Francisco López Cámara.

El nacimiento de la Cámara Nacional de Radio y Televisión, se dio de la siguiente manera: en 1937 surgió entre los radiodifusores la necesidad de crear un organismo que los uniera para hacer frente a la problemática común de su actividad. El 27 de febrero de ese año se creó la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras (AMER). Al empezar a constituirse en México las primeras estaciones comerciales de televisión, se fueron integrando progresivamente a la Cámara Nacional de la Industria de Radiodifusión, sustituyó a la AMER y se registró ante

notario público en el año de 1941. Su primer presidente fue el señor Emilio Azcárraga V. En 1970, el citado organismo se denominó Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) y afilió a todas las estaciones de radio y televisión comerciales del país.

En Mayo de 1980 Televisa contrata, mediante la autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, los servicios del satélite estadounidense WESTAR III, con lo cual este consorcio adquiere la posibilidad de cubrir el territorio nacional con señales de televisión, además de que le permite transmitir directamente su programación a los Estados Unidos a través de la cadena SIN (constituida por más de 100 estaciones afiliadas a la empresa Spanish International Network, de la cual Televisa posee el 75 por ciento de las acciones). Utilizando el WESTAR III, Televisa transmite 19 horas diarias de programación. El 8 de Octubre, Televisa y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes firman un convenio para instalar 80 estaciones terrenas para comunicación por satélite. De acuerdo al convenio, Televisa financia la instalación de 44 de esas estaciones (200 millones de pesos) y la SCT la de las restantes (70 millones de pesos). A través de estas estaciones se planea cubrir 13 500 poblaciones en el país. Según el convenio, una vez instaladas las estaciones financiadas por Televisa, ésta deberá cederlas al gobierno federal para que las opere por conducto de la SCT.

Al mismo tiempo, como contra prestación por la cesión de la propiedad de los equipos e instalaciones, la SCT se obliga a proporcionar a Televisa los servicios de conducción de señales de televisión descontando de las tarifas cobradas por la Secretaría un porcentaje convenido por ambas entidades.

Así mismo, Televisa adquiere a través de la cláusula séptima del convenio prioridad para transmitir su señal cuando a través de un canal donde sólo pueda transmitirse una señal de televisión. Finalmente, Televisa adquiere el derecho de transmitir sus señales a través de esta red de estaciones terrenas durante nueve años.

El día 10 de octubre La Secretaría de Comunicaciones y Transportes anuncia que para 1985 México tendrá su propio satélite, el cual, tentativamente comienza a ser llamado Iluicahua ("Señor del Cielo" en lengua náhuatl).

La SCT informó en Diciembre DE 1981 que el satélite INTELSAT IV, uno de cuyos canales alquila México, ha modificado su órbita, por petición de la SCT, para proporcionar cobertura a todo el territorio mexicano.²³

La SCT informa el 19 de enero de 1982 que cuatro empresas extranjeras, dos francesas, una estadounidense y una canadiense- presentaron sus candidaturas al concurso convocado por la SCT para construir el satélite mexicano. El 22 de junio, el Presidente López Portillo inaugura la segunda etapa de la Red Nacional de Estaciones Terrenas, la cual consta de 71 estaciones. De ellas, 39 han sido instaladas por la SCT y 32 por Televisa. Unos meses después, el 29 de noviembre, la empresa Televisión de la Provincia, S.A. de C.V., filial de Televisa, recibe de la SCT la concesión para operar y explotar una red de 95 estaciones de televisión que operan en diversas poblaciones del país.

Por iniciativa presidencial el artículo 28 constitucional es reformado en diciembre para fijar un conjunto de áreas estratégicas en las cuales solamente el Estado debe intervenir. Entre esas áreas se encuentra la comunicación vía satélite.

El día 4 de abril de 1983, el canal 8 de Televisa cambia las características de su programación, con la intención de convertirse en un canal de divulgación cultural. En conferencia de prensa, el Vicepresidente de Televisa Miguel Alemán Velasco, da a conocer la nueva frase de identificación del canal: "La alegría en la cultura" y afirma: "Nosotros vamos a entretener para educar. El estado debe educar para entretener".²⁴

Durante la reunión de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, celebrada en Ginebra, Suiza, México consigue que se le asignen cuatro lugares para colocar satélites en la órbita geostacionaria. En esta reunión actuó como presidente el Ing. Luis Valencia.

La SCT informó que el sistema mexicano de satélites (llamado sistema Morelos de Satélites en sustitución del antiguo nombre Iluicahua): Estará integrado por dos satélites uno de operación y otro de reserva que serán

²³ *ibidem*, p. 19

²⁴ *Propuesta de reorganización del Área de Atención a Clientes en el sistema de televisión restringida MYS MULTIVISIÓN...* es inédita.

lanzados en Abril y Septiembre de 1985. Estos satélites girarán en la órbita geostacionaria y se ubicarán en las posiciones de 113.5.5 grados y 116.5 grados longitud oeste, respectivamente a una altura de 35,790. km. (sobre Venezuela aproximadamente); el satélite en funcionamiento tendrá 36 canales estandar, mismos que podrán transmitir a cualquier punto del país; un canal estandares se puede utilizar para transmitir preferentemente una señal de televisión, aunque eventualmente pueden transmitir dos, sin embargo, esto depende de la antena receptora de la señal, pues para poder captar dos señales de antena deberá medir más de 4.5 metros de diámetro; los satélites tendrán un promedio de vida de 9 años.²⁵

En 1983 se creó IMEVISIÓN, donde se agruparon el canal 13, 22 y posteriormente el canal 7. Las funciones de IMEVISIÓN serán: formular planes y programas de trabajo que se requieran para el cumplimiento de su objetivo; promover y coordinar la producción y transmisión de materiales televisivos a través de las entidades que opera y de los demás instrumentos que sean necesarios para el cumplimiento de sus programas; por medio de la producción y transmisión de programas televisivos en las entidades federativas, estimular la integración nacional y la descentralización cultural; fungir como órgano de consulta de los sectores público, social y privado; celebrar convenios de cooperación, coproducción e intercambio con entidades de televisión nacionales y extranjeras; realizar estudios y organizar un sistema de capacidad en materia televisiva y establecer oficinas, agencias y representaciones en la República mexicana y en el extranjero.

b) XHIMT, Canal 7

Surgió el 18 de mayo de 1985 bajo permiso. Fue el último canal que surgió en la banda de VHF con una potencia de 250,000 wats desde el centro de la ciudad; nace dentro de INMEVISION y se creó aprovechando la infraestructura de TRM.

²⁵ MEJIA BARQUERA, F., op.cit., *Televisa el Quinto Poder.*, p.39.

Los objetivos de la estación son proyectar temas de interés para toda la familia, informar, difundir cultura, recreación, entretenimiento y cumplir con una labor de servicio social.

La programación es nacional, apegada a nuestra cultura, sólo se transmitirá un 20 % de series extranjeras siempre y cuando se ajusten a los objetivos trazados.

c) XEMT, Canal 22

Es el único canal de la banda Ultra Alta Frecuencia (UHF) y funciona bajo permiso. Fue inaugurado el 15 de abril de 1982 y su transmisión sólo es para el Valle de México.

Con el canal 22 se proponía coadyuvar con las diversas actividades gubernamentales mediante la aportación de programas de educación, capacitación y orientación en materia de salud, nutrición, alfabetización y seguridad social entre otros, de acuerdo con las características y demandas específicas que generen los servicios especializados de las diversas instituciones comprometidas con el proyecto.

Canal 22 utilizó la misma programación que se transmitía por TRM y funcionó como circuito cerrado para ofrecer servicios especiales a diversas instituciones ubicadas por la Dirección de RTC.

Para 1983 TRM, en el cual se incluye Canal 22, quedó prácticamente rezagado. Después el Canal 22 se convirtió en Cine Canal 22 por el cual se transmitían películas que en su momento habían tenido éxito, pero se repetían, tal vez, al grado que el espectador podía memorizarlas.

Del objetivo que en un principio se tenía, se había dejado prácticamente de lado, antes de que quedara enlazado al Canal 13 se convirtió en una repetidora de programas transmitidos por el 7 y el 13. Ahora el rumbo que se espera dar a este canal es de un canal cultural.²⁶

²⁶ Propuesta de reorganización del área de Atención a Clientes en el sistema de televisión restringida MVS MULTIVISIÓN, es inédita.

2.1.5. LA LLEGADA DE LA COMPETENCIA: "LOS INICIOS DE MULTIVISIÓN"

La televisión era y sigue siendo, un servicio gratuito, basta con encender el aparato receptor para tener imagen de Televisa, Canal 11 o Televisión Azteca; está el cable, pero éste se distribuía sólo en ciertas colonias y esta nueva televisión via micro ondas UHF (Ultra High Frequency) si bien era de pago, a diferencia del cable, podía ser contratada para verse en cualquier punto del D.F. y Area Metropolitana. Sobre todo, era la aparición de otro competidor en la televisión ajeno al consorcio privado existente.

La idea que alguna vez se pensó y que ahora constituye Multivisión, empezó desde 1976, con la fundación de Telerey, primer centro productor independiente de televisión en el país. En estas instalaciones se producen telenovelas, comerciales de televisión, programas humorísticos, entre otros, que son exportados a Centroamérica, Sudamérica, Asia y China.

En 1981 comienza la historia de Multivisión cuando se solicitó un canal de t.v en la banda UHF a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en Televisión Restringida, este trámite duró dos años. Cuando en 1983 se iba a otorgar la concesión del se optó por que se abriera un nuevo medio de T.V., con cuatro, ocho o doce canales o los que la secretaría de Comunicaciones en Televisión Restringida les fuera ampliando.

De acuerdo al oficio por el que se notificó al Sr. José Joaquín Vargas Gómez la concesión para instalar, operar y explotar un sistema de servicio restringido de señales de televisión en la Ciudad de México y zonas aledañas, se especifica que fue el 27 de Junio de 1983 se presentó la solicitud para este sistema de televisión, por el Sr. Joaquín Vargas, quien fue Presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión, dirigió el Canal 8 de Televisión Independiente de México (TIM), y es pionero de la Frecuencia Modulada en México, habiendo solicitado en 1967 concesiones en esta frecuencia otorgadas un año después en Monterrey (por ello el nombre de Stereorey), así como también es concesionario de FM Globo e iniciador de la radio digitalizada en México.

El 14 de diciembre de 1984 se notificó en el Diario Oficial de la Federación, la concesión para instalar, operar y explotar un sistema de servicio restringido de señales de televisión en la

Ciudad de México y zonas aledañas. Por Ley se establece que las personas físicas y morales que pudieran sentirse afectadas en sus intereses, en un plazo de 30 días contando a partir de la segunda notificación deberán presentar sus objeciones ante el departamento de Sistemas Especiales de Telecomunicación o Dirección General de Concesiones y Permisos de Telecomunicaciones de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Tal fue el caso de la empresa Cablevisión, que al sentirse afectados presentaron su objeción, argumentando que con un sistema tan moderno por aire los iban a quebrar y sin tener que realizar toda la inversión que se requería para poder cablear toda la ciudad. Este trámite duró mucho tiempo, de hecho retrasó en mucho, que pudiera otorgársele permiso de instalación a Multivisión, hasta que finalmente Cablevisión retiró su amparo.

El 30 de septiembre de 1980, le fue otorgado (a Cablevisión) un permiso con vencimiento al 28 de agosto de 1989, para prestar un servicio restringido de las señales de televisión, al cual se le asignó la frecuencia dentro de la banda de UHF. Este permiso, prohíbe la inclusión de anuncios publicitarios.

En septiembre de 1988 el Sr. Joaquín Vargas solicitó una audiencia con el entonces Presidente de la República (Lic. Miguel de la Madrid), luego de su IV Informe de Gobierno para discutir sobre la concesión que se le había otorgado para Multivisión. El Lic. Miguel de la Madrid convocó a una reunión en la que estuvieron presentes los Secretarios de Gobernación, Comunicaciones y Transportes, así como de Comunicación Social de la Presidencia de la República, donde se discutió ampliamente la concesión hasta llegar a un fallo favorable.

Desde el 1º de septiembre de 1989 opera MULTIVISIÓN con el sistema de señales de televisión restringida con lo que agrega ocho Canales a la TV mexicana, iniciando con el Canal 1 llamado entonces Multicable, con el noticiero "Para Usted", conducido por el Ing. Pedro Ferriz de Con, a las 21:00 horas. Posteriormente, cada 48 horas fueron apareciendo los siguientes canales: Domingo 3 de septiembre Canal 3 Multideporte, el Martes 5, el Canal 6 Netpack, el Jueves 7, el Canal 8 Teleplus, el Sabado 9, el Canal 10 Multicinema 1, el Lunes 11, el Canal 12 Multicinema 2, el Miercoles 13, el Canal 14 Multipremier I y el Viernes 15, el Canal 15 Multipremier II. Este novedoso sistema de Televisión restringida, podía ser contratado

para verse en cualquier punto del DF y Area Metropolitana. Sobre todo era la aparición de otro competidor en la televisión ajeno al consorcio privado existente "Cablevisión "(cuya fundación fue en Septiembre de 1980).

A partir de noviembre de 1990, se cambia la frecuencia de los canales, ya que los que utilizaba Multivisión se requerían para poder lanzar Multiradio digital quedando de la siguiente forma:

Canal 31 UNO: El primero

Canal 33 MULTIDEPORTE: Los deportes

Canal 36 NETPACK: lo mejor de las grandes cadenas

Canal 38 TELEPLUS: La cultura

Canal 40 TNT: Lo bueno del cine

Canal 42 MULTICINEMA: Las películas

Canal 44 CNN: Los noticiarios

Canal 45 VM: La música en video

A estos canales se les agregan cuatro canales más a partir de octubre de 1991, logrando así un sistema de 12 canales. Canal 46 ZAZ: que es dedicado únicamente a niños. Dos canales con programación principalmente de grandes realizaciones cinematográficas: Canal 48 HBO y Canal 49 PAY PER VIEW, el primero transmite la señal de HBO OLE; perteneciente a la cadena mundialmente conocida de HBO, con la diferencia de que HBO OLE es dirigida especialmente al público latinoamericano, es decir, toda su programación es subtitulada. El segundo canal dedicado a este género está constituido principalmente por material de productores independientes de gran renombre y por último Canal 50 PPV2 donde se transmiten también películas y eventos especiales. Posteriormente fueron incluidos los canales AS, PPV3, Canal de Noticias NBC, GEMS, CARTOON NETWORK, MVS, modificando los canales UNO por TELEUNO Y MULTICINEMA por CINE CANAL.

MULTIVISIÓN, No necesita de un medio físico como el cable para transmitir su señal, como es el caso de Cablevisión, ya que la transmisión la realiza a través del Sistema Multipoint Multichannel Distribution Service que igual que en Estados Unidos, utiliza la frecuencia de Microondas y para su recepción se requiere de un equipo especial (antena aérea, convertidor de

bajada, decodificador y el pago de una renta mensual). La señal es generada en las oficinas de Multivisión (frente al Aeropuerto Internacional Benito Juárez de la Ciudad de México), y es enviada al Cerro del Chiquiluite en Zacatenco, al norte del D.F. el cual es el punto más alto de la capital del país.

El impedimento para recibir esta señal es la línea de vista que debe existir entre la antena transmisora y la receptora. Por ello, si existen obstáculos que originen una sombra la señal no podrá ser recibida. Estos obstáculos pueden ser edificios, árboles o cerros, que impidan que ambas antenas se vean.

En ocasiones los obstáculos para línea de vista se pueden evitar usando "rebotes" es decir, un punto que vea tanto el transmisor como el receptor.

Actualmente la cobertura de Multivisión alcanza más de 971,240 telehogares, por los sistemas de cable de provincia y zona metropolitana, lo cual arroja un promedio de 5.7 en provincia y 3.6 en el área metropolitana, ofreciendo una audiencia total de más de 5 536.068 suscriptores en toda la República.

A tan sólo 5 años de el inicio de MULTIVISIÓN, el crecimiento que ha tenido es notable pues no sólo se ha expandido a lo largo de la República mexicana a través de sus distintos sistemas, sino que cuenta con redes privadas de comunicación, ofreciendo a empresas grandes un canal privado de televisión restringida a través de DTH, Multivisión Digital. también se cuentan con otros proyectos por realizarse en Enero de 1996, como lo es Direct T.V, sistema que operará via satélite desde México hacia América Latina.

El Grupo Financiero Bancomer está nuevamente a la vanguardia, con su propio canal XHGFBB de televisión que enlaza vía satélite a todas las sucursales y oficinas de Bancomer, a través de MVS MULTIVISIÓN. Cada sucursal centro regional y edificio sede, contará con un equipo receptor que captará los mensajes, información general y la programación dirigida a clientes y empleados.

Con este novedoso sistema, Bancomer espera responder a las necesidades de comunicación interna y capacitación del Grupo Financiero. Además, tendrán la gran oportunidad de estar más cerca de sus clientes.

La existencia de este nuevo canal, permitirá a Bancomer ser más ágil y oportuno en la comunicación interna del banco. Pero lo más importante, es que este beneficio será tangible para todos sus clientes al recibir información actualizada y oportuna. Algunas ventajas que este medio ofrece son:

a) En comercialización : Oportunidad en la difusión de estrategias y promociones, Venta cruzada de productos y servicios al contar con monitores en cada sucursal, Apoyo al lanzamiento de nuevos productos, Información actualizada de resultados de captación, Conocer mejor a la competencia.

b) En comunicación interna: Comunicación inmediata con el personal de Grupo Financiero, Información a través de un medio agradable y de alto impacto, logrando un mejor recuerdo, Difusión de la filosofía y valores del Grupo Financiero , conocimiento de los objetivos a corto, mediano y largo plazo, Fomentar un mejor ambiente de trabajo, haciendo énfasis en el trabajo en equipo.

c) En Capacitación: Sesiones de capacitación evitando desplazamientos fuera del lugar de trabajo, Programación de cursos especializados para cada tipo de función y puesto, Segmentación de señal para telejuntas por División, centro Regional, Sucursales y Zona Geográfica.

En la Programación de Televisión Bancomer se verá de todo, desde risas, llantos recetas de cocina, y sobretodo se conocerán mejor los productos, servicios y estrategias del Grupo . La línea Bancomer es un segmento informativo de interés para todo el personal del banco y consiste en cápsulas de aproximadamente 10 minutos de duración. Asimismo, se da a conocer la programación semanal de Televisión Bancomer de 8:00 a 8:30 y de 16:00 a 16:30 los días martes y jueves, su programación está orientada a : mejorar el nivel del servicio al cliente, temas relacionados con la operación diaria en sucursales, conocer mejor todo el banco, resultados de captación y colocación, temas de entretenimiento, el personal de la empresa y mensajes extraordinarios.

En los últimos meses de 1995 y a principios de 1996, la cartera de clientes se ha extendido hacia CEMEX (Cementos Mexicanos) y con el IMSS (Instituto Mexicano del Seguro Social), aplicando la misma tecnología que para Bancomer.

2.2. LA T.V. COMO INSTRUMENTO EDUCATIVO

La televisión, presenta dos modalidades en tanto a la educación se refiere:

- a) La Educación Asistemática
- b) La Educación Sistemática, la cual a su vez se subdivide en:
 - b.1) Sistemática Formal
 - b.2) Sistemática Informal

A continuación, se mencionan las modalidades:

a) La Educación Asistemática:

La Televisión hoy en día no es un instrumento educativo, ya que en su gran mayoría presenta programas de escaso contenido en tanto a su contribución a la formación humana que en vez de educar confunden, distorcionan lo que debería de ser la verdadera educación, hecho lamentable ya que la televisión cuenta con todos los elementos para ser un instrumento educativo y propiciar aprendizajes de contenido, los cuales lleven al ser humano a su perfección.

El aprendizaje se da siempre que se ha producido un cambio o modificación en la respuesta, reacción, pensamiento, conducta o actitud de una persona, por ello el aprendizaje se define como la actividad mental por medio de la cual el conocimiento y la habilidad, los hábitos o actitudes e ideales son adquiridos, retenidos y utilizados, originando progresiva adaptación y modificación de la conducta.

El aprendizaje implica un grado de madurez física, mental, social y emocional, un nivel de experiencias y comprensión y un presupuesto de intereses que indican el grado de disposición, fisiológico y psicológico, para ocuparse en la actividad de aprender.²⁷

²⁷ cfr., KELLY, W.A., *Psicología de la educación*, p.244 - 246.

Como se sabe, la difusión de cualquier mensaje televisivo, es decir cualquier expresión de pensamiento, requiere de la intervención de cuatro elementos: la Forma, el Color, el Movimiento y el Sonido.

Es lugar común considerar al hombre occidental como un visualista, ya que es fácil observar cómo nos invaden los *mas-media* y los medios de difusión plagados de signos visuales, íconos fijos y no visibles, de todo género.

Algunos estudios, como los realizados por W.A Kelly en tanto al Aprendizaje Racional señalan que a pesar de que el aprendizaje es un proceso de desarrollo mental, requiere orientación, dirección, motivación y control. Dentro del proceso pedagógico, se requiere comprensión de cómo y cuándo tiene lugar el aprendizaje y de cómo puede ser dirigido para que todas las habilidades y conocimientos puedan ser adquiridos eficiente, eficaz y brevemente.

La primera fuente de conocimiento es la sensación, por medio de la cual el hombre conoce el mundo objetivo que existe separada e independientemente de su mente. Sin embargo, no existe sensación sin percepción, que es el medio que interpreta y da significado a las sensaciones. En consecuencia, la percepción proporciona la base de todo conocimiento.

El segundo elemento del aprendizaje racional es la formación y estructuración, por medio de los objetos particulares percibidos.

El tercer elemento del aprendizaje racional consiste en hacer las experiencias sensoriales inteligibles. Así, el aprendizaje racional culmina en la operación intelectual, que es la capacidad del intelecto para generalizar experiencias por medio de la formación de conceptos y juicios empleados en el razonamiento.

El aprendizaje racional debe proporcionar la base del dominio de principios, la aplicación de generalizaciones, la determinación de relaciones (esencialmente las de causa y efecto) y el desarrollo de conocimiento adicional a través de la reorganización de experiencias. Debe proporcionar las bases de la capacidad para adaptarse al medio ambiente físico y social y reconocer valores.²⁸

²⁸ cfr., KELLY, W.A., *Psicología de la educación...* p.246 - 250.

Es conveniente añadir que el hombre occidental es ante todo un visualista. Se registra tan sólo un veinte por ciento de lo que oye, y recuerda un treinta por ciento de lo que ve; por tanto, la combinación de imagen y sonido permiten aumentar el porcentaje de la percepción. Gracias al uso de la T.V., se consigue aumentar y mejorar los procedimientos pedagógicos, para la difusión de lo que se quiere enseñar (valores, conceptos, etc, todo lo perteneciente al ámbito educativo).

En el proceso educativo, la T.V., tiene una influencia muy profunda y extensa, mucho más que cualquier otro medio de educación ya que involucra a la persona por que va captando su atención poco a poco a través de todos sus sentidos.

Es un auxiliar en el proceso de enseñanza-aprendizaje; sin embargo el profesor sigue siendo guía de este proceso, razón por la cual, es necesario que el educador tenga dominio técnico, es decir, que conozca el contenido de la emisión y los objetivos que se persiguen.

La influencia de la T.V., en el hombre, como ser educable, es de mayor fuerza que la ejercida por la radio o por el cine, ya que por una parte resulta más interesante el espectáculo en la pantalla, que sólo la audición del mismo y por otra parte, consigue mayor número de espectadores por la comodidad de tener la televisión en casa y no salir.

Es muy importante resaltar la amplia cobertura de la televisión, ya que su público no está compuesto por espectadores que asisten específica y voluntariamente a este espectáculo, sino que éste es de cierto modo "impuesto" a la atención de muchas familias que ocupan su tiempo de ocio frente al televisor y suele ofrecerles espectáculos que distan mucho de ser edificantes, o siquiera adecuados para fomentar gustos estéticos. Este aspecto nocivo de la televisión se debe a los intereses económicos de los patrocinadores de la misma, ya que el costo de los programas es muy elevado y sólo se toma en cuenta el punto de vista comercial de los mismos. Así, el espectáculo pierde en calidad lo que gana en extensión.

"Los medios de comunicación en los países en vías de desarrollo fundamentalmente tienen tres papeles que desempeñar: como vigilantes, como educadores y como vigilantes e instrumentos útiles en el proceso de la toma de decisiones.

Como vigilantes, los medios de comunicación deben ampliar el horizonte, es decir, su función en la primera etapa de desarrollo es romper ataduras y aislamientos, elevando las aspiraciones individuales y colectivas. En cuanto a funciones que, además de éstas, corresponden a los medios de comunicación, indicó que deben poner y tener entre sus finalidades. Guiar tensiones, avivar el sentimiento de nacionalidad y enseñar a los pueblos a actuar como naciones, es decir, como miembros de la comunidad internacional.

Así vistos, los medios de comunicación social son a la vez agentes e indicadores del cambio.²⁹

b) La Educación Sistemática:

b.1) La educación Sistemática Formal:

El uso de los medios de comunicación en la educación formal (como por ejemplo la Telesecundaria o programas que permiten la educación abierta, la cual se valida al presentar exámenes en la SEP o escuelas de educación abierta incorporadas, lo cual implica que si el alumno estudia por su cuenta y pone atención a la televisión podrá aprobar materias y por ende grados escolares) en la informal (programas como "Papá Soltero" en donde se transmiten valores indirectamente, mediante el entretenimiento que una historia - novela proporciona al tv-espectador) y por último, está la educación no formal (como lo es el programa de "Plaza Sésamo", el cual educa mediante una serie de acciones de la vida cotidiana, que realizan unos muñecos). Lo antes mencionado, implica la intencionalidad del emisor para generar aprendizajes previamente establecidos, con el propósito de conducir a determinados objetivos. Sin embargo, el uso educativo de la televisión ha presentado hasta ahora, una serie de problemas (sin generalizar, ya que a pesar de que son pocas, como las antes mencionadas, hay sus excepciones), tales como:

1.- La televisión educativa no ha definido un estilo propio; ha copiado las pautas de la televisión comercial o bien ha usado un lenguaje muy pobre con escasos recursos técnicos y expresivos que la convierten en algo aburrido y por lo mismo con pocos receptores.

²⁹ GONZALEZ, Felipe., Boletín N° 46 U.P., p.2

2.- La televisión concibe a la educación como un mero proceso de transmisión de información, y no como un proceso intencional en el que proporciona la modificación del individuo con referencia a un sistema de valores sociales, que se da cuando hay un conducto por el cual fluye un sistema de señales para se transmitir intencionalidades con base en un lenguaje.

3. - Se toma en cuenta solamente la variable de transmisión y no la de interlocución, y por lo mismo, en la mayoría de los casos no se enseña a pensar, sino sólo se informa y no se respetan las diferentes ideologías sino que las imponen a su conveniencia, según intereses de tipo económico, político o social.

b.2) La Educación Sistemática Informal:

La educación informal es un proceso permanente que toda persona vive en su práctica cotidiana. En estas experiencias se van incorporando al sujeto conocimientos, valores y habilidades aunque no esté consciente de ello.

Los medios de comunicación, en especial la televisión, conforman una parte muy importante de este saber cotidiano ya que en su programación muestra modelos de sociedad, de hombre, de mujer, de vida cotidiana, etc, que tienen una determinada valoración ética y social. Así, los tele-espectadores están expuestos a gran cantidad de contenidos que muestran un ser estereotipado del pensar y del hacer del hombre que les afecta sus creencias y opiniones, creándoles necesidades inexistentes, así como patrones de conducta, los cuales deberán de adoptar si desean alcanzar una posición social más elevada (incluyendo los ámbitos laboral y familiar).

De acuerdo con lo antes mencionado anteriormente, las funciones educativas de la T.V., se presentan de las siguientes formas:

- a) **Complementaria**- cuando los medios profesionales no son suficientes en eficiencia.
- b) **Suplementaria**- sólo usarse cuando se necesitan profesores especiales, como guía de la educación es sustitución del profesor.
- c) **Extensiva**- la T.V., puede aumentar la cultura de una persona de cultura básica regularizada

d) **Desarrollo**- programas orientados a todo tipo de personas, con la intención de situarlos en su realidad (nivel de personas con instrucción baja).*

A continuación, se mencionan algunos de los elementos frecuentemente presentados en las imágenes, los cuales ejercen una influencia notoria en la vida del ser humano:

Individualismo	Aventurerismo	Providencialismo
Elitismo	Conservadurismo	Autoritarismo
Racismo	Conformismo	Romanticismo
Materialismo	Autoderrotismo	Agresividad

Más que todo sobre la base de la forma como estas imágenes se presentan en los estudios , ellas se pueden definir de la siguiente manera:

Individualismo: La creencia de que las necesidades y aspiraciones del individuo predominan sobre las 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 importantes de los seres humanos son la adquisición de la riqueza, la acumulación de bienes materiales, el disfrute de servicios y el logro del 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.

Conservadurismo: 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.

* La información que se obtuvo fue durante una de las asesorías de tesis .

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 los 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 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.

De esta manera, la televisión, en forma sutil e invisible -a través de los contenidos de sus programas- influye en la forma como el hombre construye y percibe la realidad que lo rodea, proporcionándole elementos para interactuar con ésta, lo que significa que la televisión influye en su educación y formación cultural. El problema es que el hombre en la actualidad, debido a la constante actividad en la que se ve inmerso diariamente, no siempre reflexiona sobre lo que quiere decir o escuchar y por las mismas características del modelo televisivo, ya sea del país o del extranjero, recibe "valores", modelos y estereotipos de hombre y sociedad que se oponen a los que busca difundir la propia educación, pues, ésta sólo persigue la mejora intencional de la persona humana y no su manipulación como lamentablemente lo hacen algunos medios de comunicación masiva.

La telenovela es el plato fuerte de la televisión mexicana, su carácter episódico permite mantener atado al público, día con día, al desarrollo de la trama. La estructura del melodrama, que va directamente al corazón, es muy dúctil a los propósitos que van más allá del entretenimiento. El éxito o fracaso de una vida se mide en relación directa con la distancia entre el personaje y su modelo burgués. Dentro de las características de la televisión, se encuentra el mantener fija la atención, debido a la cantidad de movimiento, a la insistente sonorización, a las secuencias rápidas y a la inexistencia de momentos para la reflexión.³⁰

Lo que al país le urge es contenido, sensibilidad, pero también oportunidades para enfrentar sus problemas. Debe de crearse una conciencia pedagógica de la utilidad de los medios de comunicación, guiado por la inteligencia y el razonamiento, por el deslumbramiento tecnológico de dichos medios y forzado por la elevada demanda de educación.

La televisión de cualquier país debe contar con una programación equilibrada, a base de emisiones educativas, culturales, informativas y de entretenimiento, con el propósito de no convertirse en elitista. Es de vital importancia contar con dicho equilibrio ya que de lo contrario México seguirá siendo un país en vías de desarrollo.

La programación de carácter educativo no es una opción real para la formación de los individuos, como lo es la de carácter recreativo-comercial. Tanto por la frecuencia de sus emisiones como por la calidad de producción. La televisión comercial es infinitamente superior a la educativa.

La televisión educativa no ha definido un estilo propio. O bien ha copiado las mismas pautas de la televisión publicitaria, o ha usado un lenguaje muy pobre, escaso en recursos técnicos y expresivos.

"La sociedad actual tiene una manera característica de entender y vivir la libertad. El análisis de la libertad actual, nos lleva a descubrir muchas vías por las que discurre el deseo de su crecimiento: unas manifiestas y explícitas, pero falsas, y otras implícitas, pero verdaderas".³¹

El sistema escolar debería sumar a sus tareas la labor de educar a los mexicanos desde pequeños para que tengan una visión crítica, desmitificadora de los medios de comunicación,

³⁰ cfr., CORTES, ROCHA, Carmen., La televisión educativa ... p.75

³¹ cfr., LLANO, Carlos., Las formas actuales de la libertad., p. 39.

adiestrándolos para utilizar ventajosamente los mensajes masivos en su formación integral, y preparándolo el terreno para la participación social en la planeación y gestión de la comunicación social. No se ha respetado la variedad cultural, la soberanía y el derecho de autodeterminación de las naciones. Esto ha ocurrido en dos planos: por un lado, se violenta nuestra cultura nacional, al importar indiscriminadamente productos y modelos educativos que responden a las necesidades y características culturales de otros países, frecuentemente inscritos en proyectos de dominación imperial; por otro lado, a manera de colonialismo interno, los mensajes educativos se diseñan, producen y difunden en el centro del país y se imponen a todas las regiones del interior, en abierto atropello a la variedad cultural. Ambas situaciones, igualmente hábitos, valores y costumbres de las diversas naciones, culturas y grupos, en beneficio del modelo transnacional de acumulación de capital.

Las condiciones estructurales en las cuales se ha desenvuelto históricamente la comunicación masiva nacional han determinado el carácter de su función educativa. Control político, hegemonía cultural y acumulación de capital son características que se repiten en el uso instructivo de la televisión. Si tales condiciones no son modificadas será imposible avanzar hacia una televisión educativa en beneficio de la nación.

La educación a través de los medios de comunicación es muy frágil en relación con los intereses transnacionales y de la oligarquía nacional. Al igual que la televisión recreativo-comercial, la educativa ha quedado en manos de un grupo muy restringido de la población. La aplastante mayoría de la población no participa en la planeación y gestión en esta actividad.

Gran parte de los contenidos de la T.V., son de carácter vertical, puesto que la información se transmite sin tener bien delimitado el público al que se dirige, preparándolo para el discernimiento y propiciando la relación dialógica, es decir una televisión interactiva en la cual el receptor sea activo, que intervenga mediante el proceso de comunicación emitiendo sus juicios, intereses y sentimientos, con la finalidad de que la televisión colabore en el proceso de su perfeccionamiento.

Es a la educación ya sea en el aula, hogar o difundida a través de los medios de comunicación, a quien corresponde sembrar la duda, el cuestionamiento, la crítica, la reflexión que debe estar

presente en la mente de cada receptor, el cual construye su conocimiento y a través de él busca su verdad.³²

Uno de los núcleos de la T.V., Interactiva, son los adultos por ser un grupo de población intermedia que articula entre la generación joven y la madura en México, en los distintos ámbitos de convivencia humana, como lo son el familiar, el laboral y el social. Por ello a continuación se hace mención de las características de la adultez media.

2.3. LA INFLUENCIA DE LA T.V. EN ADULTOS ENTRE 25 Y 35 AÑOS DE EDAD

La importancia de la formación selectiva de la televisión en el ser humano, es fundamental en cualquier edad. En éste caso un adulto joven de entre 25 y 35 años de edad se encuentra en la posibilidad de ser influenciado por el medio circundante, ya sea positiva o negativamente.

La televisión tiene una influencia importante en el hombre. Pero el tema sería muy amplio si se intentaran abarcar todas las etapas evolutivas. Se lleva a cabo el estudio de una etapa específica debido al importante papel que tienen los adultos entre 25 y 35 años por encontrarse en la cima de su desarrollo y en el papel de formadores de hijos pequeños.

Al transcurrir, algunas etapas de la vida, el hombre experimenta algunas crisis que marcan el término de éstas. Por ejemplo, el paso de la niñez a la adolescencia además de tener algunos cambios físicos conlleva un cambio psicológico. En cambio, el paso de la adolescencia a la edad adulta es menos marcado. Actualmente se identifican estos cambios con la autonomía económica lograda por los jóvenes al término de su preparación profesional. En este momento crucial de su vida, los adultos jóvenes tienen la necesidad de formalizar estrechas relaciones personales y escoger un trabajo. Adicionalmente a esto, algunos optan por casarse, lo cual les produce un amplio sentido de responsabilidad y permanencia. En esta etapa de la vida, se tiende a formar una familia. Ambos cónyuges suelen aceptarse como son, reconociendo sus cualidades y defectos. En ocasiones si estos jóvenes no toman decisiones con certeza, suelen padecer crisis y ponen en tela de juicio, si la carrera que estudiaron fue la adecuada o si fue lo mejor la decisión

³² *cfr.*, AMADOR, BAUTISTA., *Comunicación educativa: Nuevas tecnologías.*, p. 11

que tomaron al casarse. Otra de las crisis por las que suelen pasar, es la presión de alcanzar metas en poco tiempo, ya que saben que entre los cuarenta y cincuenta años, inicia el declive.

Las crisis deben ser entendidas por los que las padecen como áreas de oportunidad; por ello es importante su estudio y conocimiento. Pero podemos preguntar ¿Cómo se relaciona la televisión con las crisis humanas? La respuesta se encuentra aquí. La televisión suele emplearse en los periodos de crisis como una fuga, la cual tiene la función de hacerlos olvidar los problemas reales que padecen y se presentan de diferente manera dependiendo de la etapa y de los cambios que los adultos vayan experimentando.

Así, en cuanto al *desarrollo motriz y físico*, casi todos obtienen su plenitud entre los veinte y treinta años. El sistema cardiovascular es más potente, la visión es más aguda y las destrezas psicomotoras (correr, practicar deportes, resistencia a la fatiga) se encuentran en su nivel máximo. Se desarrolla la parte lingüística (inteligencia verbal), la cual incluye el conocimiento de hechos, vocabulario, analogías y comprensión. Es en estos momentos cuando esta (por así decirlo) explorando mundo, valiéndose de todas sus capacidades tanto físicas, como mentales para dar solución a los problemas que se le van presentando.³³

"El pensamiento de los adultos jóvenes es personal, formal y en cierta forma rígido. Respecto al desarrollo cognoscitivo los adultos jóvenes incluyen tareas que implican compromisos. Se inicia o se concluye una carrera o un oficio, se establecen vínculos de intimidad y se crían niños. De entre una multitud de alternativas posibles, los adultos deben restringir sus opciones. La capacidad de elegir y comprometerse es un indicio de madurez cognoscitiva. También en muchos otros aspectos, el pensamiento adulto difiere del adolescente. La adquisición de conocimientos es menos importante en la edad adulta que el saber como aplicarlos para la solución de los problemas sociales. También, muchos adultos identifican más fácilmente nuevos problemas, más que resolver los que plantean otros".³⁴

Muchos de los adultos jóvenes, son fiel testimonio de los múltiples y muy diversos problemas entre los 25 y 35 años: respecto a las relaciones sociales vividas en esta etapa, puede decirse que son ampliadas notablemente debido a los múltiples roles sociales que se asumen.

³³ cf. MORRIS, Psicología un nuevo enfoque, p. 360-370.

³⁴ ibidem, p. 414-415.

Una de las características preponderantes en esta época de la vida es el matrimonio, que adicionalmente en poco tiempo tendrá la responsabilidad de dar una orientación a los hijos respecto a la televisión, por ello se detallan algunos cambios que acontece el hombre en esta nueva etapa de la vida.

En la adultez joven, cuando se está más propenso a formar vínculos personales profundos, casi todos apreciamos el apoyo y el afecto de un número más pequeño de amigos íntimos. Ello tiene un efecto importante sobre la adquisición de la identidad, sobre la continuidad en la vida del adulto. Pese a los cambios de empleo, al crecimiento y partida de los hijos, los nuevos intereses y pasatiempos, así como los cambios físicos y psíquicos antes mencionados, las amistades presentan un punto de referencia estable.

La subetapa de prueba dura de aproximadamente entre los 25 a 30 años: durante este periodo la persona determina si el campo elegido es o no adecuado; si no lo es, podrían intentarse varios cambios.

La responsabilidad junto con la libertad, funcionan para responder a lo que se decide, pero la libertad tiene dos acepciones según se desee utilizar, ya sea como libertad de tener "consumismo" o como libertad de algo "liberación" (romper lazos, no atarse a ningún objeto). La verdadera libertad es el criterio de decisión de auto hacerse dentro de los límites de la naturaleza humana, es el fundamento de cualquier valor en la realización personal, es decir uno siempre decide con base en el proyecto personal de vida.

Otro elemento que forma parte de la vida de los adultos es y debe ser la solidaridad, ese ser uno con otros, elemento en el cual se influyen mutuamente los miembros de un grupo o sociedad. Es aquí donde interviene la educación, la cual es optimista, confía en la posibilidad de mejora y sabe que existen varias alternativas de solución a los distintos problemas, la educación personaliza e individualiza y su desventaja es la manipulación, puesto que también existen influencias negativas que de manera sutil, e indirectamente influyen en la conducta del ser humano, animalizándolo y masificándolo.

En la adultez joven, se puede dar o no la autenticidad (la cual coincide lo que es, con lo que quiere ser, según su propia naturaleza) o la frustración (olvido de lo que es por esencia

inauténtico). Es de suma importancia que se dé una congruencia entre el ser y el deber ser del hombre ya que solamente de esta manera éste alcanzará su felicidad.

Durante la edad adulta, la atención, se traslada en cierta forma hacia el marco que ayuda al individuo a caminar por su vida y a analizar de cerca la forma en que cada persona participa en la sociedad. Así como los adolescentes, los adultos también tienen que hacer frente a ciertos cambios físicos. Sin embargo, los adultos también determinan y logran objetivos realistas, tienen considerables responsabilidades, piensan de manera crítica, se forman su propia filosofía, utilizan al máximo sus habilidades y contribuyen en la sociedad, desempeñan estas tareas en el contexto del trabajo y del matrimonio.

A continuación, se presenta el modelo de Levinson de secuencias de desarrollo en la vida del hombre, el cual puede ser de utilidad para la ubicación de comportamientos, actitudes de una persona determinada en cierto momento, y a su vez para analizar en dónde radica y por qué se está más propenso a la influencia de la televisión:

Llegada al mundo adulto (22 - 28)	Resolución de los conflictos entre la explotación de las opciones disponibles y el establecimiento de una estructura estable. "Mantendré abiertas mis posibilidades".
Edad de transición (28 - 33)	Compromisos tentativos, nuevos análisis y cuestionamiento de los objetivos vitales. ¿Tome la decisión correcta?
Estabilización e independencia (33 - 40)	Lograr estabilidad, seguridad y comodidad búsqueda activa de un nicho en la sociedad. Quiero lograr este mando.

Otro de los factores comunes de los adultos en esta edad es el estrés, del cual se describen algunas de las causas que la ocasionan:

1. CONFLICTO E INCERTIDUMBRE

- a) No saber lo que la gente espera de mí.
- b) Sentir que hago las cosas en contra de lo que yo pienso.
- c) Pensar que no voy a satisfacer las demandas de otros.

2. PRESIÓN DEL TRABAJO

- d) Sentir que hay tanto trabajo que será imposible terminar en ese día.
- e) No tener suficiente tiempo para hacer el trabajo adecuadamente.
- f) Que las exigencias del trabajo tengan un impacto sobre nuestra vida personal.

3. ENFOQUE DEL TRABAJO

- g) Tener poco claras las responsabilidades y el enfoque del área en que trabajo.
- h) Sentir que tengo poca autoridad para sacar adelante las responsabilidades asignadas.
- i) No ser capaz de conseguir la información que se necesita para sacar adelante el trabajo.

4. EMPATÍA

- j) Ignorar lo que piensa nuestro superior de nosotros y no saber como nos evalúa.
- k) No ser capaz de predecir las reacciones que tiene la gente que depende de nosotros.
- l) Tener ideas muy distintas de nuestros directores.³⁵

Todas estas características describen que el adulto temprano tiene un sin número de áreas de oportunidad, las cuales pueden ser atendidas a través de los medios de comunicación.

³⁵ *ibidem.*, p.421.

Mediante ellas, en primera instancia, el hombre puede conocer características, que le son propias, con el fin de mejorar en las distintas áreas de su vida, perfeccionándose a sí mismo.

Además, como se puede apreciar, los adultos jóvenes son responsables de lo que ven sus hijos en la televisión, característica que los convierte en agentes de cambio al respecto.

Dadas las características de las personas adultas y tomando en cuenta los elementos de la T.V., se puede inferir la influencia que ésta deja en ellos.

La televisión forma parte de la cultura contemporánea, el mundo de la información en el exterior lo conocemos a través de este medio. Los adultos actuales han tenido televisión desde pequeños y su influencia ha sido cada vez mayor. Actualmente la T.V., es un utensilio imperdonable en el ambiente doméstico, que representa riesgos grandes para la vida familiar. Por ejemplo, la creciente tendencia a la violencia, el consumismo, etc. Las nuevas generaciones cuentan con una especie de "Programa de computadora", cuyas funciones solamente son conocidas por los cerebros que han planeado la T.V. Entonces es posible que la televisión sea un centro de influencia en la persona humana y ésta tiene distintas repercusiones en algunos ámbitos y niveles.

2.4. LA INFLUENCIA DE LA T.V. EN LOS NIVELES: AXIOLÓGICO, PSICOLÓGICO Y FÍSICO Y EN LOS ÁMBITOS: FAMILIAR, LABORAL Y SOCIAL.

a) Nivel Axiológico:

Respecto al nivel axiológico, podemos decir que la T.V., es agente de cambio de los valores culturales de los diferentes países. Por ejemplo es deber de la televisión y otros medios de comunicación actuales difundir las distintas costumbres de los pueblos mesoamericanos, los dialectos, los papeles de los miembros de las culturas e inclusive las coloridas y tradicionales fiestas.

Respecto al ámbito familiar, los valores de la familia como lo son la unidad, la comunicación por medio del intercambio de valores y experiencias también pueden ser manipuladas por la

T.V. Es observable como los adultos generalmente ven películas, series y telenovelas, que difunden en este caso valores distintos a los nacionales promovidos en la vida familiar, y esto promueve un cambio en las dinámicas familiares. Podemos decir lo mismo respecto a los valores laborales, que antes eran únicamente la satisfacción de las necesidades por medio del trabajo. En cambio actualmente la T.V., crea algunos sofismas que son "necesidades" de las que todo trabajador debe disfrutar como consecuencia de su trabajo y si no compra la satisfacción de este tipo de necesidades jamás será posible crecer. Como vemos la T.V., modifica la finalidad del trabajo, creando estereotipos falsos.

Por último, las relaciones sociales cambian también por la influencia de estos medios. Por ejemplo, el valor de la amistad ha cambiado a partir de los programas que se transmiten. El valor de la amistad que es la autodonación a otra persona sin esperar nada a cambio, en ocasiones se ha transformado en algo parecido a la ley del Taleón "ojo por ojo y diente".

b) Nivel Psicológico:

En el nivel psicológico, encontramos que la T.V., tiene su influencia en las conductas de las personas, las formas de comportamiento, las modas, etc. En el ámbito familiar en los roles dentro de la familia, el papel del padre y de la madre se ven afectados por las continuas series de T.V., norteamericanas y las telenovelas. Actualmente algunas mujeres mexicanas, por imitación de estos esquemas, sin tener necesidad, sacrifican a sus familias por tener éxito en los negocios, sin darse cuenta del enorme daño que ocasionan. Una mujer bien organizada puede trabajar y dedicarse a su casa, pero si sacrifica por su éxito profesional a su familia, corre el riesgo de quedarse sin ella. Siguiendo el ejemplo anterior el hombre por su éxito profesional tampoco tiene derecho de alejarse de su familia, ya que es lo más valioso que posee. El hombre al igual que la mujer debe participar en la educación de los hijos y las labores domésticas así mismo, por una extrapolación del trabajo profesional, también puede perderla. Otro ámbito que se modifica por la televisión es la valoración del rol laboral de las personas. La televisión muchas veces propone que lo importante es ser el jefe para mandar y contar con todo el reconocimiento;

hasta en ocasiones pisar a los trabajadores, pero no completa el esquema, en el que a una mayor posición existe una mayor responsabilidad, y que todos por el hecho de ser personas poseen una dignidad y un reconocimiento por las labores que desempeñan.

En el ámbito social implica la televisión un esquema de imitación de modas, de formas de vestir, peinarse, acudir a reuniones importantes, etc.

c) Nivel Físico:

Por último, en el nivel físico la televisión influye en el ámbito familiar en la promoción del deporte, con programas como los aerobics, que las señoras generalmente ven, para bajar de peso, y los programas deportivos que ven los señores en pants, pero que no están dispuestos a realizar tal vez por que les da flojera o por que no se dan el tiempo para ello.

En el ámbito laboral, los esquemas de actividades que debe seguir una persona productiva, pueden ser correr o ir al club antes de ir a la oficina, el practicar actividades deportivas con equipos del trabajo, como el beisbol y el futbol.

En el ámbito social, la influencia de la televisión radica principalmente en los esquemas de comportamiento de las personas que desean llevar una vida como la de los artistas, los cuales son un modelo a seguir, mostrando valores sociales como lo son la fama y el prestigio.

El esquema anterior acerca de la influencia de la televisión, se logra a través de la manipulación, la cual aplica algunas técnicas para lograr su objetivo, como se describe a continuación:

En primer lugar, los manipuladores tienen en cuenta las necesidades del hombre y al aludir a éstas como medio de manipulación las llaman estímulos llave, los cuales aluden a las necesidades humanas como instrumento. Los estímulos llave más empleados por la televisión son los siguientes:

1. La alimentación.
2. El prestigio y la autoafirmación.
3. El sexo y el erotismo.
4. La actividad de descanso

5. El deseo de conocer lo remoto.

6. La necesidad de amparo y protección.

Estos estímulos llave aluden, evidentemente a las esferas de necesidad humana, pero a través de ellas se promueven productos de consumo que se ofrecen como medio de satisfacción a éstas.³⁶

³⁶ *cf.*, BENESCH, SCHMANDT, *op.cit.* . p. 149.

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO SOBRE LA NECESIDAD SENTIDA DE LA FORMACIÓN DE UNA CONCIENCIA CRÍTICA PARA VER LA TELEVISIÓN

La inquietud sobre crear una conciencia crítica en el televidente surge de la observación de las conductas provocadas a través de distintos programas de televisión, manifiestas en la vida cotidiana del hombre.

Como pudo apreciarse en los capítulos anteriores, la T.V., tiene una influencia directa en la conducta de los televidentes. Por tanto se considera necesario que esta influencia de ser inconsciente como lo es actualmente, llegue a ser consciente para el televidente, a fin de evitar la masificación y la manipulación. Para ilustrar las posibilidades de generar una nueva actitud crítica se planea a través de un programa de entretenimiento formativo que propiciaría la reflexión en el televidente. Para sondear la necesidad en los propios televidentes se realizó una encuesta que a continuación se describe.

3.1 ENCUESTA DE OPINIÓN APLICADA A SUSCRIPTORES DE MULTIVISIÓN

Objetivo general: El objetivo es conocer si existe o no una necesidad de contar con programas de entretenimiento formativo en el televidente que los ayude a formar una conciencia crítica y en consecuencia la mejora de las personas, como seres humanos, dejando de ser de este modo un objeto más de consumo.

Objetivos particulares.

- Identificar las satisfacciones e insatisfacciones de los receptores de la programación.
- Reconocer la necesidad de incluir en la programación un programa donde el público pueda ser el crítico de lo que se transmite, otorgando al tv- espectador, la posibilidad de interactuar con la televisión.

- Generar un programa que orientado a la difusión de valores y a la identificación de antivalores, sirva de base crítica del televidente.

La metodología utilizada fue la elaboración de una encuesta que puede apreciarse en el anexo II del presente trabajo de investigación, la que cuenta con 20 reactivos de opción múltiple, los cuales se redactaron específicamente para obtener información por parte de los receptores de los servicios básico y super básico de MVS Multivisión. Para poder llevar a cabo la aplicación del instrumento, MVS proporcionó una lista de suscriptores con teléfono y dirección, para poder hacer posible la aplicación de dicho instrumento. A partir de la lista se realizó la selección, de acuerdo con la edad de las personas (25 a 35 años) a que se llamaría por teléfono y de este modo se aplicó el cuestionario. En algunos casos se realizó de manera personal. Una vez aplicada la encuesta, se procedió al levantamiento de información y procesamiento estadístico del cual se obtuvieron resultados que se detallan más adelante en el presente capítulo. Otro aspecto es que terminando el procesamiento de información se sometió a una prueba estadística de una distribución normal, para evaluar la confiabilidad de los datos respecto a la población, y esta dio como resultado un 100% de confiabilidad respecto a una población de 5000 suscriptores.

3.2 MUESTRA Y APLICACIÓN DE LOS CUESTIONARIOS

Para llevar a cabo el diagnóstico se eligió como instrumento el cuestionario ya que la población elegida es muy extensa, un beneficio que presenta es su fácil aplicación y pronto procesamiento de datos.

MUESTRA ALEATORIA:

POBLACIÓN: Ámbito Comunidad, suscriptores de MVS Multivisión que cuenten con los sistemas básico o superbásico. Etapa evolutiva adultez joven entre 25 y 35 años.

Para seleccionar una muestra representativa de la población que debía ser encuestada, tomando como base las características de la población anteriormente mencionadas, se solicitó a la cadena de MVS Multivisión una lista de suscriptores que comaran con este servicio, una vez que se contó con las listas se realizó una selección aleatoria, tomando en cuenta los datos de la lista con base en el perfil de la población. Para ello se aplicaron 100 encuestas a una población de 5000 suscriptores, lo cual representa un índice de confiabilidad de 100% para dicha población.

Su administración se llevó a cabo mediante llamadas telefónicas y personalmente.

La guía de la entrevista se conformó de 20 reactivos de opción múltiple y que abarca por un lado la identificación de los entrevistados y por otro los contenidos que responden a las inquietudes expresadas en los correspondientes capítulos de este trabajo. Así aplicar un instrumento elaborado en forma de guía para ser utilizado en una entrevista telefónica.

A continuación, se presenta la relación entre la encuesta realizada, y cada uno de los capítulos.

CAPÍTULO I. Dar a conocer los conceptos de educación y personas, el medio televisivo y a manipulación así como el entretenimiento como medio formativo. La importancia del capítulo I para la encuesta es la de conocer al ser humano tal y como es, y de este modo evitar la confusión entre un concepto real de hombre y el que se difunde a través de la T.V.

CAPÍTULO II. Identificar y discriminar aquellos programas que transmite la T.V., con el objeto de no convertir al hombre en una máquina receptora, sino, que éste ejerza su papel de ser racional, utilizando la razón como medio para influir positivamente en su entorno.

La importancia del capítulo dos consiste en fundamentar cómo el hombre no sólo carece de racionalidad la mayor parte de las veces frente a la T.V., sino que es necesario que utilice esta facultad para no ser masificado.

CAPÍTULO III. La importancia del capítulo III es la de presentar los elementos a MVS para expresar los intereses e inquietudes de los suscriptores.

Se eligió esta cadena en especial, ya que su objetivo principal es ofrecer al auditorio una alternativa en la programación con calidad, exclusividad y de gran atractivo. y elaborar con base en esta información una propuesta, dado que si no se entiende a la T.V., como un medio de entretenimiento formativo, tomando en cuenta al hombre como tal, la investigación carecerá de sentido.

CAPÍTULO IV. Fundamentar mediante la aplicación de una encuesta de opinión pública la necesidad de un programa de T.V., que contribuya a la formación de una conciencia crítica en el televidente.

La importancia de este capítulo es la de presentar las repercusiones e influencias que presenta la T.V., actual mediante una propuesta pedagógica de la televisión como medio de entretenimiento formativo.

TABLA DE ARTICULACIÓN ENTRE REACTIVOS Y CAPÍTULOS

OBJETIVOS PARTICULARES	CAPÍTULO	VARIABLE	IMPORTANCIA	N° DE REACTIVOS	LOCALIZACIÓN	% IMPORTANCIA
Fundamentar el papel de la educación en la formación de una conciencia crítica en el televidente		Preguntas filtro	Identificar suscriptores de MVS entre 25 y 35 años de edad que cuenten con el sistema básico o super básico	5	1,2,3,4 y 5	15%

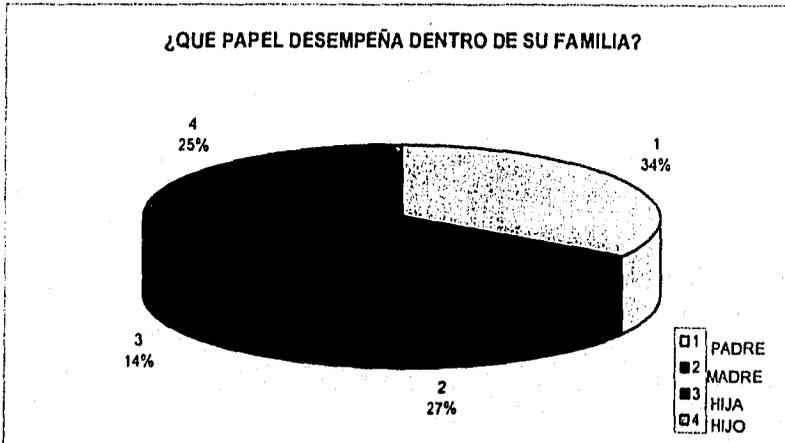
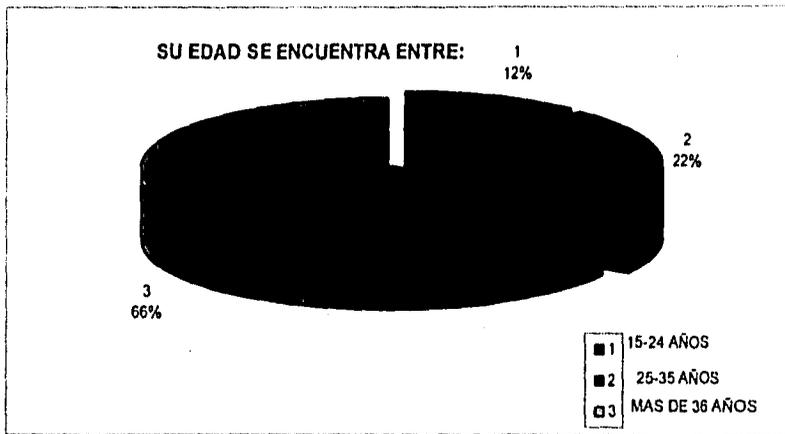
	I	El hombre	Fundamentar que el hombre puede recibir formación a través de la T.V.	7	6,8,9,11,12, 13	15%
--	---	-----------	---	---	--------------------	-----

<p>Identificar la influencia de aquellos programas que transmite la T.V. con el objeto de no convertir al hombre en una máquina receptora, sino que éste ejerza su papel de ser racional, utilizando la razón como medio para influir positivamente en su entorno</p>	II	<p>La televisión como un medio de comunicación</p>	<p>Fundamentar como la T.V., puede ser no sólo un medio de comunicación, sino un medio de entretenimiento formativo</p>	4	7,15,16,17	35%
<p>Fundamentar la Propuesta de un programa de T.V. que busque como objetivo la formación de una conciencia crítica del televidente, como una respuesta a la carencia actual de este medio masivo de comunicación</p>	III y IV	<p>La influencia de la T.V., en los adultos entre 25 y 35 años de edad</p>	<p>Poner de manifiesto la importancia de que la programación de un medio de comunicación como la T.V., contenga valores formativos</p>	4	14,18,19 y 20	35%

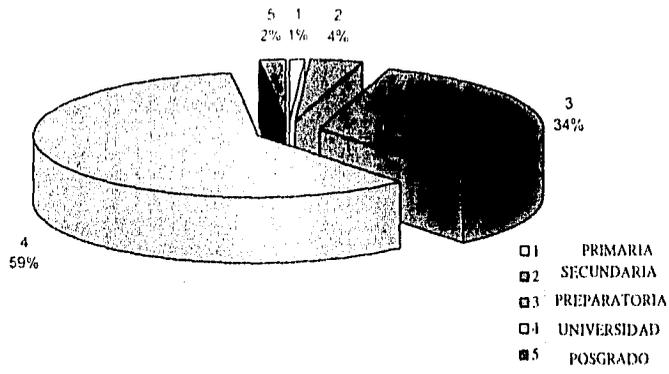
3.3. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En este inciso, se presenta la interpretación cuantitativa, es decir, las gráficas de las encuestas aplicadas, como instrumento de diagnóstico de necesidades de la propuesta de la tesis, así como también se da una explicación de las mismas, siendo la misma la interpretación cualitativa.

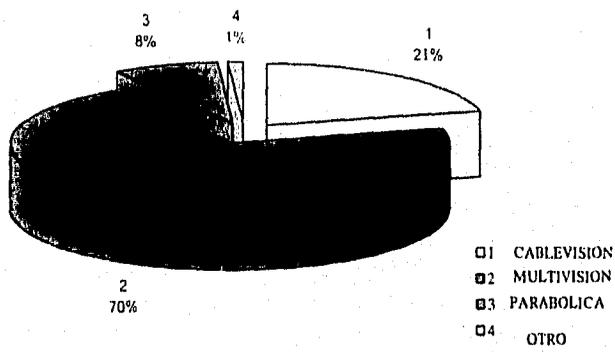
3.3.1 INTERPRETACION CUANTITATIVA

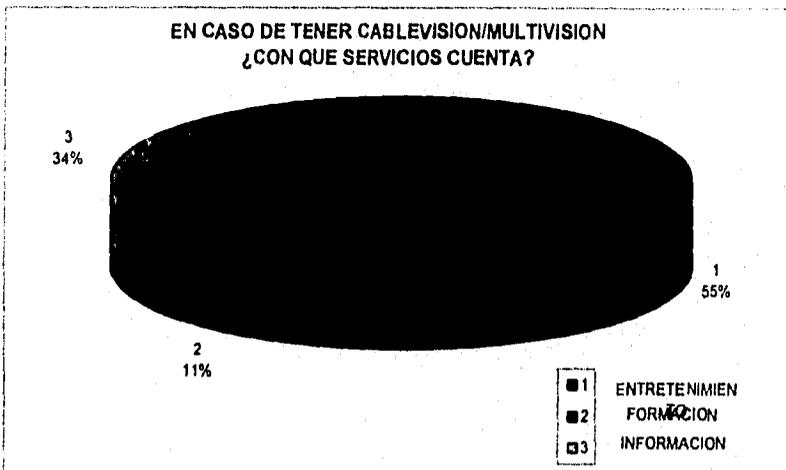
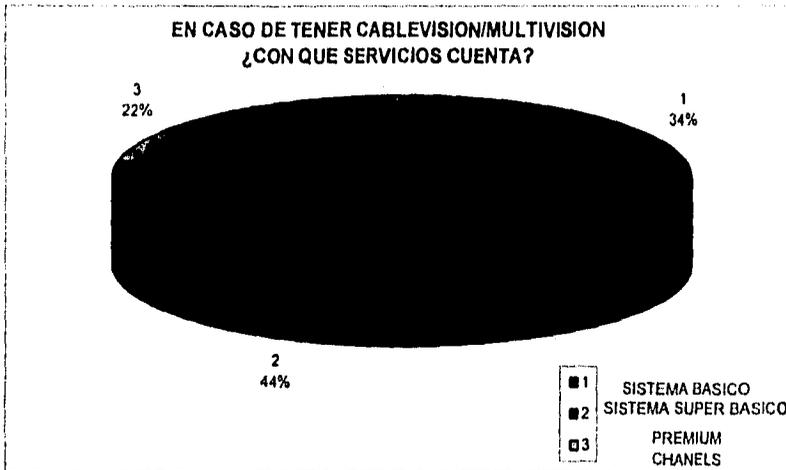


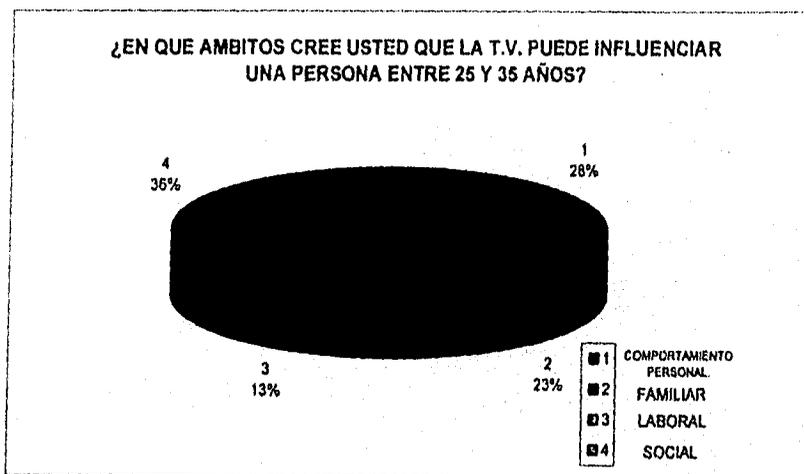
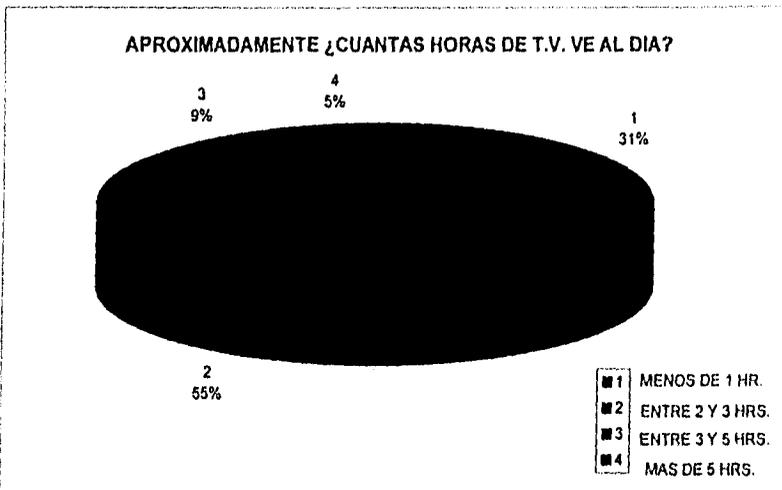
¿QUE ESCOLARIDAD TIENE?



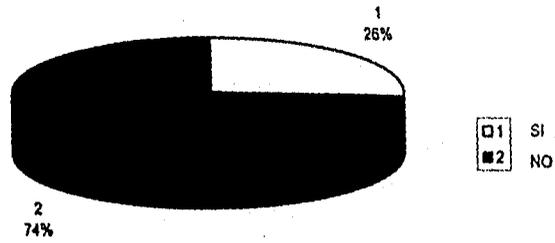
¿A QUE SISTEMAS DE T.V. SE ENCUENTRA ASOCIADO?



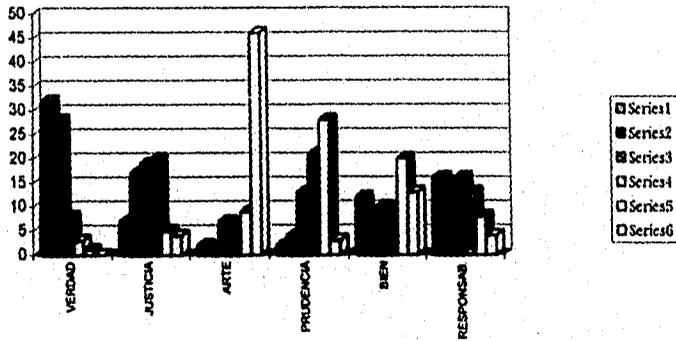


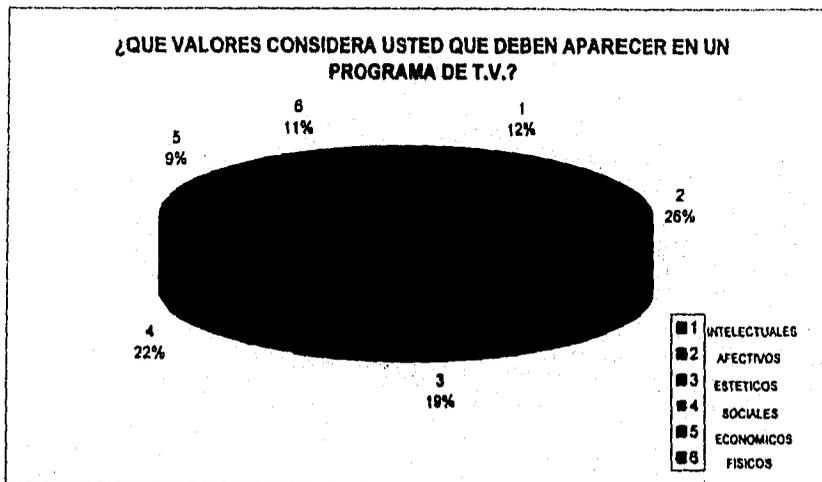
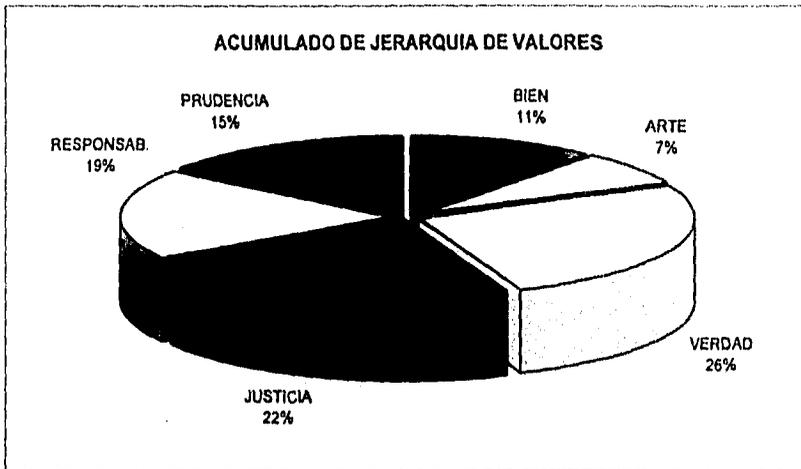


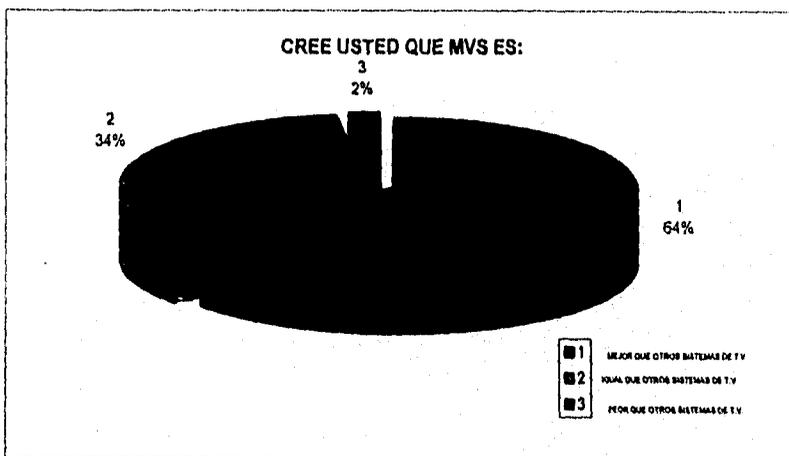
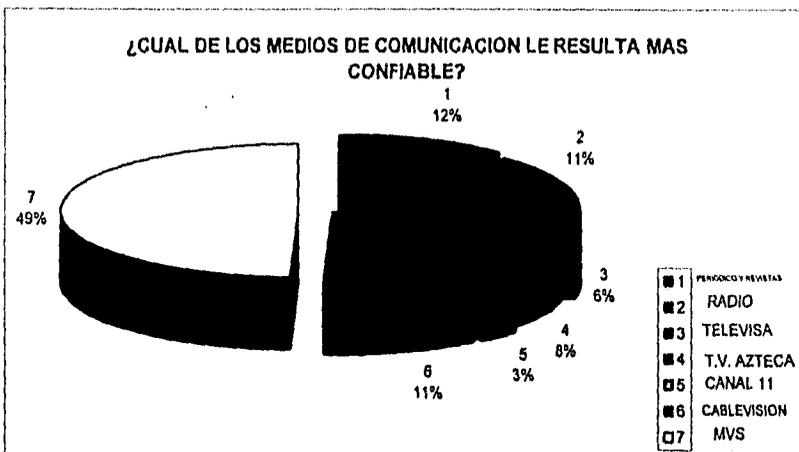
¿CONSIDERA USTED QUE LOS SISTEMAS DE T.V. ACTUALES CUENTAN CON UN NUMERO REPRESENTATIVO DE PROGRAMAS EDUCATIVOS Y CULTURALES?



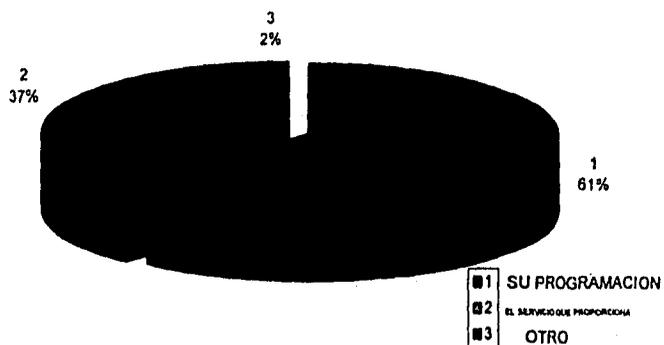
ENUMERE LOS SIGUIENTES VALORES EN ORDEN DE IMPORTANCIA PARA USTED



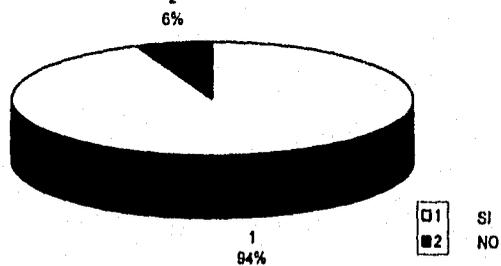


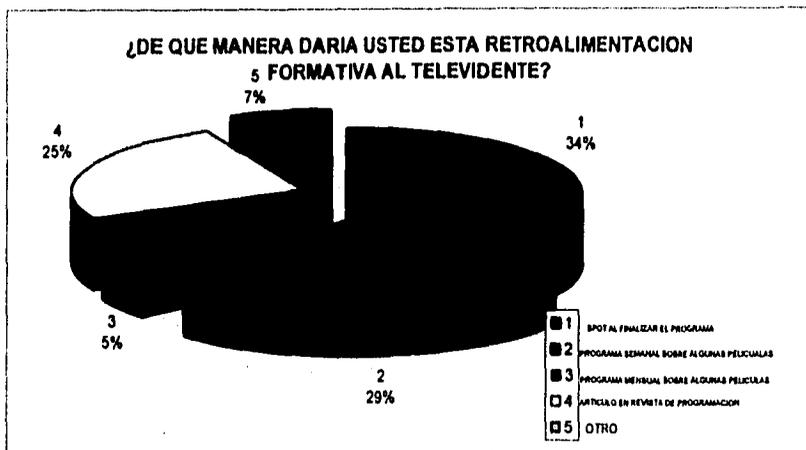


EN SU OPINION, ¿QUE HACE MVS, LA OTRA T.V.?



CONSIDERARIA USTED UTIL QUE MVS PROPORCIONARA A LOS USUARIOS UN ANALISIS O RETROALIMENTACION FORMATIVA SOBRE LA PROGRAMACION EXISTENTE, PARA ENCONTRAR LOS ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DE UN PROGRAMA?





3.3.2. INTERPRETACIÓN CUALITATIVA

Respecto a la pregunta 1, puede mencionarse que el 66% de la muestra encuestada se encuentra entre los 25 y los 35 años seguida de personas que se encuentran entre los 15 y 24 años y en tercer lugar los que se encuentran arriba de los 36 años.

Puede apreciarse en la gráfica no. 2 que el 34% de los encuestados son madres de familia, el 27% padres de familia mientras el tercero y cuarto lugar lo ocupan los hijos e hijas de familia respectivamente

En la gráfica 3 puede apreciarse que el 59% de los encuestados cuentan con un grado universitario, mientras que un 34% cuentan con la preparatoria y en tercer lugar la secundaria con un 4%.

En la gráfica 4 respondiendo a la pregunta a que sistemas de T.V., se encuentra asociado podemos apreciar que el 70% de los encuestados tiene MVS, y el 8% además cuenta con antena parabólica, y el 21 % de los suscriptores cuentan también con cablevisión.

En la gráfica 5 puede apreciarse que el 44% de los encuestados cuenta con el sistema superbásico de MVS, y el 34% con un sistema básico. También puede verse que tan sólo un 22% cuenta con Premium Channels.

La gráfica 6 es de gran importancia en ella apreciamos que el 55% de los suscriptores ven la T.V., en busca del entretenimiento, mientras el 34% puede hacerlo en busca de información y únicamente un 11% lo hace por formación.

La gráfica 7 nos describe que el 55% de los suscriptores encuestados ven la T.V., entre 2 y 3 horas diarias, número de horas que es muy significativo. Este porcentaje es seguido del 31%

ESTA TRABAJO DE INVESTIGACION
SOLAMENTE PARA USO PERSONAL

en el que los encuestados ven menos de 1 hr. de T.V. diaria, esto puede deberse a las actividades que desempeñan.

La gráfica 8 es importante, ya que los encuestados opinan que la T.V., puede influenciar a un adulto entre 25 y 35 años en primera instancia en su comportamiento social, en segundo lugar en su comportamiento personal, seguido de su comportamiento en el ámbito familiar con un 23%. Con esta pregunta apreciamos que los adultos ven la influencia de la T.V., en sus vidas.

La gráfica 9 muestra que los encuestados pueden estarse dando cuenta de que los sistemas de T.V., actuales no cuentan con un número representativo de programas educativos y culturales, es notorio que el 74% coincidan en esta opinión. De aquí se puede sustentar que las cadenas de T.V., actuales requieren de un porcentaje mayor de este tipo de programas.

En las gráficas 10 y 11 se aprecia que existe una gran disparidad entre los valores que proponen en primer lugar se aprecia que la verdad tiene preminencia para ellos, mientras en segundo se encuentra la justicia, en tercero la responsabilidad, en cuarto la prudencia en quinto el bien y en sexto lugar el arte.

En la gráfica 12 se aprecia que el 26% de los encuestados considera que los valores afectivos deben tener prioridad en los programas de T.V., mientras que el 22% opina que los valores sociales, seguido de los valores estéticos con un 19%.

En la gráfica 13 se aprecia que el 49% de las personas encuestadas opinan que MVS es el medio de comunicación más confiable, seguido de los periódicos y revistas. Esto puede servir a dicha cadena de T.V., para aprovechar esta ventaja competitiva, que puede consistir en que la gente le tenga mayor confianza por encontrarse desligada del monopolio televisivo en México (TELEVISA).

La gráfica 14 coincide con la anterior, ya que el 65% de los suscriptores encuestados opinan que MVS es mejor que otros sistemas de T.V., seguido del 34% que mencionan que es igual.

La gráfica 15 nos explica las razones de por que la gente prefiere a MVS y esta es notoria, ya que un 62% de los encuestados dice que es su programación el objeto de su preferencia.

La gráfica 16 es sustento clave de la propuesta de esta tesis, ya que el 94% de los encuestados consideran que sería muy interesante contar con un programa de retroalimentación donde se puedan apreciar los aspectos positivos y negativos de los programas de T.V., que se transmiten.

Por último la gráfica 17 nos indica la forma en que los encuestados llevarían a cabo esta retroalimentación y el 34% mencionó que a través de un spot al finalizar el programa, mientras el 29% mediante un programa semanal en el que se comenten las películas.

INTERPRETACIÓN GENERAL DE LOS DATOS OBTENIDOS A TRAVÉS DE LA ENCUESTA

De acuerdo a las gráficas anteriormente comentadas, se aprecia que el hecho de comentar programas de T.V., describiendo los aspectos positivos y negativos que éstos contienen, es un medio para convertir la televisión comercial en un medio de entretenimiento formativo. De acuerdo a los encuestados ésta es una necesidad en dichos medios, la cual serviría para construir una plataforma de valores uniforme a estos adultos, los cuales servirían de agentes de cambio, aprendiendo a ver la televisión no sólo como un medio de entretenimiento e información, sino en un medio formativo, mismo que podrían transmitir a sus hijos, subordinados y demás personas que convivan con ellos.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA PEDAGÓGICA DE LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE ENTRETENIMIENTO FORMATIVO

La fundamentación teórica de esta tesis quedó concluída en los capítulos I, II y III, por lo que en este capítulo se explica la aportación pedagógica, en la cual se vincula la teoría con la práctica, ya que sin dicha vinculación, se daría un desfase entre el ser de la realidad y lo que debe ser, por lo que se pretende consolidar una cultura a través de los medios de comunicación masiva por su gran alcance e influencia, difundiendo aquellos valores que lleven al perfeccionamiento de la persona humana. (*vid supra* cap. I)

Esta derivación práctica parte de los propósitos de la investigación, los cuales se mencionan a continuación:

1. Relacionar los elementos constitutivos del hombre en tanto a su naturaleza racional, con las características propias de la televisión, como medio masivo de comunicación.
2. Colaborar mediante el fomento de la reflexión, al desarrollo integral del ser humano, acercándolo a su perfección y no alejándolo de ella a través de la masificación.
3. Demostrar como la televisión puede llegar a ser un medio de entretenimiento formativo.

OBJETIVO GENERAL DEL PROGRAMA DE ENTRETENIMIENTO FORMATIVO:

El televidente identificará los aspectos positivos y negativos de los programas transmitidos por Multivisión a través de un espacio televisivo de retroalimentación en el que se llevará a cabo una valoración analítica y formativa de la programación, contando con la participación de personas con diversas profesiones, buscando con ello la interdisciplinariedad y dar un enfoque integral al análisis de la programación y por consiguiente a la retroalimentación del televidente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

-Contar con un servicio adicional de retroalimentación, el cual repercute en una mejora personal y marque una diferencia en la televisión actual.

-Lograr que el tv-espectador cuente con las herramientas para desarrollar una capacidad de análisis que le permita contrarrestar la influencia de la programación transmitida por la Televisión actual.

METAS:

- Utilizar la programación de Multivisión para poder brindar a sus suscriptores una retroalimentación sobre los contenidos emitidos por dicha empresa.
- Elaborar un esquema de análisis que permita al televidente desarrollar la capacidad de la reflexión crítica, así como la de observación y análisis de los contenidos recibidos.
- Recibir quejas y sugerencias por parte del Suscriptor, sobre la programación, con el fin de conocer sus inquietudes, intereses y necesidades para desarrollar el contenido del programa con base en dichos y de esta forma proporcionar la retroalimentación.

La propuesta pedagógica pretende lo siguiente:

- a) Diseño de un Programa de entretenimiento formativo.
- b) Propiciar la reflexión crítica en el tele espectador
- c) Lograr la retroalimentación
- d) Sustentar el lema de MVS MULTIVISIÓN "La otra Televisión", marcando una diferencia en la televisión actual, sustentando a través del programa el entretenimiento formativo.

a) *El Diseño de un Programa de entretenimiento formativo* orientado a la difusión de valores y a la identificación de antivalores que presenta la mayor parte de la programación comercial. A través de este programa se pretenderá contrarrestar la influencia y la carencia actual de la televisión, como medio masivo de comunicación que es, se limita a informar a grandes cantidades de seres humanos, sin tomar en cuenta su naturaleza. Por medio de este proyecto se pretende que la televisión sea un medio de entretenimiento formativo y no solamente informativo.

b) *Propiciar la reflexión crítica en el tele espectador:*

Se considera de suma importancia propiciar la reflexión en el televidente, con la finalidad de estar consciente tanto de los aspectos positivos, como negativos transmitidos y asimilados, ya sea directa o indirectamente a través de determinados programas con el fin de evitar la adopción irracional de formas de conducta o de vida para ello los programas serían analizados desde distintos puntos de vista y bajo una misma perspectiva o enfoque, procurando que la retroalimentación dada sea algo valioso para el tele espectador, en donde se busque su mejora y no su manipulación, de la misma forma se busca reforzar la imagen de Multivisión que es la empresa que no duda en fomentar una posición crítica en el tele espectador, lo cual podría llevarse a cabo a través de la televisión interactiva y lograr la retroalimentación directa con el suscriptor.

c) *Lograr la retroalimentación:*

Este proceso de "ida y vuelta", se llevará a cabo a través de un programa de retroalimentación transmitido por la MVS Multivisión, teniendo como finalidad el logro del desarrollo de la capacidad de análisis del televidente.

También es de vital importancia fomentar una valoración tanto de lo positivo como de lo negativo de la programación transmitida por la cadena MVS para de esta manera lograr formar en el tv-espectador un juicio crítico, el cual lo manifieste no siendo un receptor pasivo, sino participativo (mediante el programa que se propone).

d) *Dar sustento al lema de MVS MULTIVISION "La otra Televisión".*

Se pretende que el tele auditorio cuente con un elemento más para decir que efectivamente Multivisión es "La otra Televisión", puesto que ninguna otra cadena de televisión en México cuenta con un programa de esta índole, en donde la programación transmitida será retroalimentada de diversas formas, teniendo el fin de que los suscriptores de dicha cadena encuentren elementos positivos y valores en la programación, tanto con mayor reconocimiento dentro de una categoría de muy buenos, agradables e interesantes, por mencionar algunas características como de los programas aparentemente menos significativos, ya sea por contenidos como por fondo de los mismos, proporcionando a los suscriptores los elementos necesarios para que se enfrenten a la realidad, ya que actualmente de una manera inconsciente hacemos propio todo aquello que es captado por nuestros sentidos. Razón por la cuál a través del proyecto se pretende lograr conscientizar a los televidentes que cuenten con la programación Básica y Super básica de Multivisión, sobre los aspectos tanto positivos como negativos de la programación transmitida por dicha empresa.

El tipo de educación a transmitir sería Informal, por ser un proceso permanente al cual se está expuesto en la vida cotidiana, siendo a través de éstas experiencias como se van haciendo propios los conocimientos, valores y habilidades, todo ello de manera inconsciente.

En cuanto a las funciones educativas de la Televisión que se utilizarían son la extensiva y la de desarrollo, principalmente, ya que la primera puede aumentar la cultura de una persona de cultura básica regularizada, o en su defecto puede empobrecer la de otras personas con mayor cultura ya que lo limitan. En cambio, si se transmiten intencionalmente programas con calidad en su contenido, no tanto por sus formas, sino por el mensaje que si bien se encuentra definido, orientado hacia cierto auditorio, con la intención de situarlos en su realidad, sea de la clase socio-económica que sea, es así como la función de Desarrollo se involucra en el Programa.

MODALIDADES DE PRESENTACIÓN:

Existen varias modalidades en las que se transmitirá el programa, ya sea como SPOT, SIMPOSIO, MESA PANEL Y CONFERENCIA DIRIGIDA.

El SPOT se daría de manera breve mediante un *slogan* o frase que contenga un mensaje positivo para el televidente, a través del cual reflexione y analice temas de películas o programas de MVS. Este mismo SPOT servirá como base de futuros programas, ya que se retomará en alguno de ellos, como podría ser el caso del Simposio, el cual se describe a continuación.

El SIMPOSIO consistirá en un grupo de charlas, discursos o exposiciones verbales presentados por varios individuos sobre las diversas fases de un solo tema, se invitarán a diversos especialistas, con el fin de enriquecer el análisis del tema en cuestión, en el que se concluya con una Tesis fundamentada y una orientación positiva.

La MESA PANEL O MESA REDONDA se empleará como discusión informal de un grupo de personas que escucha un auditorio, será una conversación guiada por un moderador. Los temas a tratar podrán estar previamente definidos o bien ser dirigidos por las actividades que presente el moderador, con el fin de exponer y enfocar diferentes puntos de vista, diferentes hechos y diferentes actitudes sobre un tema, permitiendo al máximo la interacción e interestimulación entre los integrantes de la mesa.

La mesa redonda es útil para definir los puntos de acuerdo, los campos de desacuerdo y para llegar a un acuerdo. Reparte la responsabilidad, ya que requiere previa reflexión y recolección de datos por los integrantes. También crea interés en el auditorio hacia los problemas y temas de discusión, motivando al grupo hacia el pensamiento o la acción constructivos enfrentando algún tema polémico y buscar su solución o concenso.

La CONFERENCIA se transmitirá en algunas ocasiones con temas específicos, seleccionados con base en la unificación de las solicitudes de el público televidente. La exposición será completa, detallada sin interrupciones a no ser por los cortes comerciales.

Podría servir para presentar información de una manera formal y directa, para proporcionar información experta, con continuidad, para identificar determinadas y limitadas facetas de un problema, así como sus soluciones.

Para comenzar se recomienda la modalidad del Spot debido a su funcionalidad y economicidad con respecto a las otras modalidades, pues ellas implican mayor tiempo al aire y de preparación de los contenidos ya que involucra a un mayor número de personas, no sólo a los profesionistas que analicen y estructuren los programas de retroalimentación sino al público participante.

Por otra parte la selección de las personas involucradas directamente en el análisis es un tanto complicada, ya que debe de buscarse personas que garanticen el recto criterio para no caer en "charlatanerías" y lograr el verdadero propósito del proyecto.

LOS DESTINATARIOS:

Al diseñar el Programa se pensó en identificar a los beneficiarios, por lo que se les clasificó de la siguiente manera:

a) Mediatos: Suscriptores que se encuentren entre los 25 y 35 años de edad, suscritos a la programación básica o superbásica de la cadena televisiva en cuestión.

b) Inmediatos : MVS MULTIVISIÓN como cadena de Televisión privada.

Los Productos o Servicios, se dirigen hacia los suscriptores de Multivisión de alguno de los sistemas mencionados, los cuales contarán con un servicio adicional, el cual no ha sido

ofrecido por ningún otro sistema de Televisión Mexicano. Este nuevo concepto transmitido por Multivisión pretende no sólo ir a la vanguardia con ideas nuevas para sus televidentes, sino también para lograr una aproximación cada vez mayor al perfeccionamiento acorde a la naturaleza de seres humanos a través del análisis de la programación recibida.

En el Anexo V, se presenta un presupuesto, elaborado por el Centro Productor de Televisión "TELEREY", el cual presenta algunos de los recursos materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Es importante mencionar que el presupuesto es variable, por lo tanto es sólo una aproximación de lo que en un momento dado puede representar económicamente hablando.

TÉCNICAS

Con base en el objetivo de cada sesión o programa, se utilizarán las siguientes técnicas las cuales se agruparon de la siguiente manera, encontrando su desarrollo en el Anexo IV, donde se explican detalladamente las técnicas que a continuación se mencionan, por considerarse importante su conocimiento, usos, recursos materiales, tamaño del grupo o número de participantes para tomar a consideración en el momento del desarrollo del programa, dependiendo de la finalidad del mismo.

a) Sensibilización:

1. Identificación sensorial.
2. Intención y querer.

b) Toma de decisiones:

1. Inventario de vida.
2. Panel T.V.

CONCLUSIONES

1) Es fundamental la presencia del pedagogo para provocar la reflexión sobre el contenido, de sensibilizar creando una conciencia pedagógica de la utilidad de los medios de comunicación buscando un equilibrio en la programación comercial y de esta manera el país poco a poco progresará, ya que sustituirá a parte de su tv -auditorio pasivo, por personas activas, que reflexionen ante lo que reciben a través de la televisión, las cuales a su vez irán cambiando el país mediante sus actitudes cotidianas.

2) En esta época de crisis, tanto económica, política y cultural, es necesario afianzar los valores propios. Esto con el fin de conscientizar la situación actual, buscando así las soluciones adecuadas para salir adelante, contribuyendo activamente en el desarrollo del país y no en el empobrecimiento del mismo.

3) Los medios masivos de comunicación ejercen una influencia indirecta en las personas que reciben los mensajes transmitidos por éstos a través de slogans publicitarios, los cuales en su gran mayoría buscan vender, obtener un resultado (costo - beneficio), sin percatarse de que el ser humano más que un consumidor es un ser perfectible que necesita formarse, aprender y crecer día a día.

4) La información deberá ser veraz, concisa y a conciencia, buscando la reflexión crítica del televidente ante el "intruso" que permitimos que conviva con nuestra familia, teniendo tal impacto que el público incluso se lo aprende de memoria, lo cual indica que la influencia y atención captada a través de este medio de comunicación es muy efectiva, y así mismo debe de ser aprovechado y explotado en bien del ser humano.

5) La mayor parte de la programación transmitida a través de la televisión, concibe la educación como un mero proceso de transmisión de información y no como un proceso

intencional en el que se da la modificación del individuo con referencia a un sistema de valores sociales.

6) La televisión es un medio de comunicación masivo que condiciona a la sociedad por su gran alcance e impacto social, con un lenguaje universal dirigido a un público heterogéneo, en donde las imágenes se funden en la creación de estereotipos sociales que surgen y se materializan en esa "pantalla mágica" en la que los valores se transmiten casi de inmediato. Convirtiéndose en un medio de distribución fuertemente unidireccional, al servicio de intereses privados que conforman la estructura política de unos cuantos que tienen el poder de manipular a todo aquel que lo ve, no diciendo la verdad de lo que se promueve, sea un producto o una forma de vida determinada y atacando de esta manera la dignidad humana, la moral, las buenas costumbres y ocasionalmente también alterando el orden público.

7) La televisión fue creada como respuesta ante la necesidad de establecer comunicación entre los hombres de todo el mundo, como una evolución de la tecnología y de la ciencia, no por ello debe descuidarse al receptor que es un ser humano, con una serie de características y necesidades, unas comunes y otras individuales.

8) Es prácticamente imposible decir donde comienza y donde termina, la manipulación de la información ya que está constituida por deformaciones desde su inicio, bajo cualquier régimen político o social.

9) Lo transmitido tanto positiva como negativamente puede quedar grabado en la mente del televidente, formando parte de su vida diaria, por lo que debe buscarse la veracidad y honestidad, sin minar los valores morales de la familia y los propios del mexicano; tampoco debe atacarse a terceros, el credo, la raza, ni el sexo., para lo cual debe tomarse en cuenta la realidad que le rodea, así como buscar la forma de dejar en el telespectador la información de lo que se ve, sin caer en el truco fácil de mentir ocultando la verdad.

10) Cada vez que vamos adoptando y haciendo propios los estereotipos, a pesar de ir en contra de nuestros ideales, de nuestras costumbres, se obtiene como consecuencia el libertinaje y el materialismo expresado por los receptores (tele - auditorio) en cada uno de los ámbitos en que interactúa el ser humano, como lo son: el laboral, el familiar y el social, principalmente, expresándolo de diversas formas, como es a través de huelgas, manifestaciones de inconformidad (en masa), la moda, los lugares de diversión, por mencionar algunos.

En sí todo ello tiene la cualidad de llamar nuestra atención, de tal manera que uno siga el ejemplo de un prototipo sin saber las razones por las que lo hacemos, simplemente lo hacemos sin pensar en los pros y los contras que ello nos traerá como consecuencia.

11) Los medios en sí no son buenos ni malos, todo depende de quienes los controlan y les dan cierto enfoque, que lleva a enriquecer o empobrecer a la persona, ya que su función ideológica, dependerá del tipo de profesionistas que actúe desde ellos, de los fines de su utilización e intereses particulares de las distintas cadenas de televisión.

12) La educación informal es un proceso permanente que toda persona vive en su práctica cotidiana. En estas experiencias se van incorporando al sujeto conocimientos, valores, y habilidades, a pesar de no estar consciente de ello. Por lo tanto es fundamental la presencia del pedagogo para promover la formación de una conciencia crítica en el televidente.

13) Para contrarrestar dicha influencia, es necesaria la participación del pedagogo en este medio de comunicación, mediante la formación de una conciencia clara frente a los problemas surgidos de las necesidades sociales, incrementando la calidad y cantidad, en cuanto a contenidos se refiere y no tanto a meras formas.

14) El pedagogo deberá tener siempre presente que la responsabilidad de la magnitud de un programa, no sólo queda en la emisión, ya que sus fronteras se extienden hacia la conciencia, por lo que debe analizarse el impacto de la publicidad o los contenidos transmitidos por este medio de difusión.

15) En tanto el pedagogo no actúe, tomando verdadera conciencia de su misión dentro de la televisión y mientras no se le den al televidente los medios para escapar de esta trampa, que tantos riesgos esconde, bajo el nombre de objetividad, este medio de comunicación tan importante el por su gran trascendencia, continuará incompleto y no cumplirá con un deber ser adecuado al destinatario.

16) El pedagogo deberá estar muy pendiente de lo que sucede a su alrededor, ejerciendo una influencia positiva (en tanto a ser humano se refiere, con las características que le son propias), en la interacción entre el emisor y el receptor, buscando un público activo y no pasivo como lo es en la actualidad, ello con el fin de pensar, de estar conscientes del mundo circundante y buscar propuestas, soluciones que lleven a mejorar y no a la autodestrucción en todos los sentidos.

17) La importancia del pedagogo radica en capacitar para utilizar los medios y para saber relacionarse sin que ellos anulen la capacidad de juicio propio y de creación personal, sin que impidan o neutralicen la posibilidad de relacionarse, de convivir en grupos pequeños, la probabilidad de vida privada y más profundamente, la posibilidad de vida interior (es decir la invasión de los medios a nuestras vidas). Por ello la capacitación deberá enfocarse al saber vivir en comunidad sin convertirse en masa, participando en la vida y en los problemas de la sociedad de hoy, de acuerdo con su propio criterio y haciendo uso de su responsable libertad personal, evitando sustituir la verdad por la opinión e imposibilitando el diálogo.

BIBLIOGRAFÍA**BÁSICA:**

1.- ALVEAR, DI FRANCO, GÓMEZ ANTON, SORIA;

Informar, comunicar y servir;

Ed. Minos;

México, 1991;

98p.

2.- BUBER, Martín;

¿Qué es el hombre?;

Ed. Fondo de Cultura Económica;

México D.F., 1949;

153p.

3.- GÓMEZ, PÉREZ, Rafael;

Televisión y familia ;

Ed. La Católica, S.A.

Madrid 1983;

31p.

4.- LLANO, CIFUENTES, Carlos;

Las formas actuales de la libertad ;

Ed. Trillas;

México, 1983;

188p.

5.- MEJÍA BARQUERA, Fernando., et al ;

Televisa el Quinto Poder.;

Ed. Claves Latinoamericanas;

México D.F, 1989;

221p.

6.- OLIVEROS, OTERO, Fernando;

Educación y Manipulación ;

Ed. Minos;

México D.F, 1989;

221p.

7.- OROZCO, DELCLOS, Antonio;

Arte, Moral y Espectáculos ;

Ed. Minos;

México, 1990;

38p.

8.- SHEED, Frank;

Sociedad y Sensatez ;

Ed. Herder;

Barcelona, 1963;

243p.

9.- TREJO, DELARBRE, Raúl;

La Sociedad Ausente ;

Ed. Cal y Arena;

México, 1992;

244p.

COMPLEMENTARIA

10.- AMADOR, BAUTISTA, Rocio;
Comunicación Educativa. Nuevas Tecnologías;
Ee. CISE;
México, 1994;
180p.

11.- ACEVEDO, IBAÑEZ, Alejandro;
Aprender Jugando;
Ed. Limusa;
México, 1994;
204p.
Tomos I, II y III

12.- ARANGUREN, José Luis;
La Comunicación Humana;
Ed. Guadarrama, S.A;
Madrid, 1967;
250p.

13.- ABAGNANO, N., VISALBERGHI, A;
Historia de la Pedagogía;
Ed. Fondo de Cultura Económica;
México D.F. , 1969;
179p.

14.- BENESCHI, SCHMANDT
Manual de Auto defensa Comunicativa ;
Ed. Gustavo Hill., S.A. ;
Barcelona, 1990
206 p.

15.- CHEHAYBAR Y KURI, Edith;
Técnicas para el Aprendizaje Grupal ;
Ed. CISE;
México D.F. , 1989
179p.

16.- DESSLER, Gary;
Administración de Personal ;
Ed. Prentice Hall, Hispanoamericana, S.A. ;
México, 1991
375 p.

17.- DIAZ DE LEÓN, Jesús;
Raíces Griegas ;
Ed. Porrúa ;
México, 1958;
270p.

18.- Enciclopedia GER
Tomos XII, XIII y XXV;
Ed. Rialp;
Madrid, 1981;
867p.

19.- GARCÍA HOZ, Víctor;
El Concepto de Persona ;
Ed. Rialp ;
Madrid, 1989; 293p.

20.- GARCÍA HOZ, Víctor;
Principios de Pedagogía Sistemática;
Ed. Rialp;Madrid;
694p.

- 21.- MARQUEZ, MURO, Daniel;
Lógica: Controversia sobre los Universales ;
Ed. ECLALSA (porrúa)
México D.F., 1987;
357p.
- 22.- MORRIS, Charles;
Psicología un Nuevo Enfoque ;
Ed. Prentice Hall Hispanoamericana, S.A ;
México, D.F., 1992;
601p.
- 23.- PALOMERA, PIMENTEL, Alonso, etal ;
Los Valores en la Comunidad Educativa Mexicana ;
Ed. Instituto de Proposiciones Estratégicas A.C.;
México D.F., 1990;
191p.
- 24.- **PEQUEÑO LAROUSSE ILUSTRADO** ;
México D.F., 1990;
1663 p.
- 25.- PLANCHARD, Emile ;
La Pedagogía Contemporánea ;
Ed. Rialp ;
Madrid, 1978;
570p.
- 26.- SCHILLER, Herbert ;
Los Manipuladores de Cerebros ;
Ed. Gedisa ;
Barcelona, 1987 ;
237p.

27.- VERNEAUX, Roger;
Filosofía del hombre;
Ed. Herder
Barcelona, 1985;
234p.

28.- W.A. KELLY ;
Psicología de la Educación ;
Ed. Morata ,
Madrid, 1982;
668p.

REVISTAS Y OTROS DOCUMENTOS

29.- " Influencia de la Televisión en la Familia de la Era Electrónica " ;
Folleto E.V.C. 630 ;
Edición, 1992;
Sociedad EVC;
México, D.F.
20p.

30.- FIZZOTTI, Eugenio ;
" La Amenaza del Vacío Existencial " ;
SEDS ;
Nº 166 ;
México D.F.;
30/IV/80;
3p.

31.- GABIOLA, Sabino;
" La Moralidad Pública I " ;
SEDS ;
Nº207
México D.F.;
15/I/82 ;
3p.

32.- GABIOLA, Sabino;
" La Moralidad Pública II " ;
SEDS ;
Nº208
México D.F.;
31/I/82 ;
3p.

33.- GABIOLA, Sabino;
" La Moralidad Pública III " ;
SEDS ;
Nº209
México D.F.;
15/II/82 ;
3p.

34.-CASTILLO, Gerardo, NAVARRO, Rosa María ;
" La Originalidad del ser humano " ;
SEDS ;
Nº303
México D.F.;
31/I/86 ;
3p.

35.- GABIOLA, Sabino;

" Ser Jóven en una Sociedad de Consumo ";

SEDS ;

Nº378

México D.F.;

15/V/89 ;

3p.

36.- Joannes Paulus II;

" Televisión y Familia: Criterios para saber mirar ";

SEDS ;

Nº498

México D.F.;

15/V/94 ;

3p.

37.- LICHellini, Alberto ;

" Televisión: ¿Enemiga o aliado de la educación? ";

SEDS ;

Nº507

México D.F.;

30/IX/94 ;

3p.

38.-POLAINO - LORENTE, Aquilino;

" La Educación Familiar a través de la Televisión " ;

Nota técnica de la Universidad Complutense de Madrid;

2ª edición, 1990;

8p.

39.- GONZÁLEZ, Felipe;

" Medios de Comunicación, Vigilar, Educar y Servir " ;

Boletín U.P. Nº 46 ;

México, 1989 ;

p.2.

40.- " La Prensa, la Educación y el Erotismo " ;

Documentos SEDS.

México D.F. ;

30 /IV/ 75 ;

6p.

41.- OLIVEROS, OTERO, Fernando ;

" La Acción Educativa y los "ISMOS" en las Familias " ;

Nota técnica de la Universidad de Navarra (Instituto de Ciencias de la Educación) ;

2ª edic. 1990 ;

9p.

42.- ISSACS, David ;

" La Educación en la Sociedad de Consumo " ;

Universidad de Navarra (Instituto de Ciencias de la Educación) ;

2ª edic. 1990 ;

11p.

43.- Propuesta inédita de Reorganización del área de Atención a Clientes en el sistema de televisión restringida
MVS MULTIVISIÓN.

ANEXO I

Monterrey, N.L. a 23 de Enero de 1996

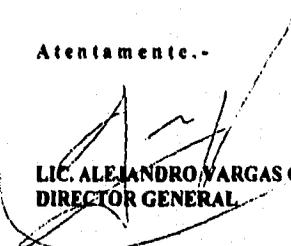
**UNIVERSIDAD PANAMERICANA
ESCUELA DE PEDAGOGIA
COL. MIXCOAC**

A quien corresponda:

La presente tiene el fin de informarles que a la SRITA. BRENDA BENITEZ BORBOA, se le otorgan todas las facilidades dentro de nuestra Compañía para que realice la investigación correspondiente a su Tesis "FORMACION DE LA CONCIENCIA CRITICA DEL TELEVIDENTE".

Sin más por el momento, quedo de usted.

Atentamente.-


**LIC. ALEJANDRO VARGAS GUAJARDO
DIRECTOR GENERAL**

ANEXO II

SECRETARIA DE COMUNICACIONES

Y TRANSPORTES

Oficio por el que se notifica al ciudadano José Joaquín Vargas y Gómez, la concesión para instalar, operar y explotar un sistema de servicio restringido de señales de televisión en la Ciudad de México, D.F. y zonas aledañas.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos. - Secretaría de Comunicaciones y Transportes. - Dirección General de Concesiones y Permisos de Telecomunicaciones.

PRIMERA NOTIFICACIÓN

El C. José Joaquín Vargas y Gómez, quien señaló como domicilio para oír notificaciones el Edificio marcado con el N° 275 de las Calles de Cándor, Col. Las Aguilas en México, D.F., solicitó ante esta Secretaría con fecha 27 de junio de 1983, la concesión para instalar, operar y explotar un sistema de servicio restringido de señales de televisión en la Ciudad de México, D.F. y zonas aledañas.

El sistema de servicio restringido de señales de televisión a que se refiere esta concesión solicitada, tendrá las siguientes características:

1. Solicitud: José Joaquín Vargas y Gómez
 2. Horario: Las 24 horas.
 3. Ciudad principal a servir: México, D.F. y zonas aledañas.
 4. Canales asignados: 2548 - 2554 Mhz., 2560 - 2566 Mhz., 2572 - 2578 Mhz., 2584 - 2590 Mhz.
 5. Potencia radiada aparente: 100 watts
 6. Tipo de emisión: Video: 5750ASC, Audio: 250F3
 7. Impedancia de salida: 50 ohms
 8. Tolerancia de frecuencia de salida: Portadora de video - 100% Portadora de audio - 1 khz relativo a la portadora de video.
 9. Supresión de armónicas: 60 dB mínima
 10. Diferencia de fase - 20
 11. Diferencia de ganancia: 3%
- Cumpliendo con lo dispuesto en el Artículo 15 de la Ley de Vías Generales de Comunicación.

ANEXO III

Buenos días/tardes, nos gustaria conocer su opinión podrían os hacerle algunas pequeñas preguntas sobre los sistemas de T.V. mexicanos, le solicitamos 2 minutos de su tiempo

1. Su edad se encuentra entre:

- a) 15 - 24 años.
- b) 25 - 35 años.
- c) Más de 36 años.

2. ¿Qué papel desempeña dentro de su familia ?

- a) Madre.
- b) Padre.
- c) Hija.
- d) Hijo.

3. ¿Qué escolaridad tiene ?

- a) Primaria.
- b) Secundaria.
- c) Preparatoria.
- d) Universidad.
- e) Postgrado.

4. ¿ A qué sistemas de T.V. se encuentra asociado ?

- a) Cablevisión.
- b) Multivisión.
- c) Parabólica.
- d) Otro. _____.

5. En caso de tener Cablevisión / Multivisión, ¿ Con qué servicios cuenta ?

- a) Sistema básico.
- b) Sistema Super básico
- b) Premium channels.

6. ¿ Qué programa de T.V. prefiere, y a qué sistema pertenece?

7. La razón principal por la que ve la T.V. es :

- a) Entretenimiento.
- b) Formación.
- c) Información.

8. Aproximadamente, ¿Cuántas horas de T.V. ve en un día?

- a) Menos de 1 Hrs.
- b) Entre 2 y 3 Hrs.
- c) Entre 3 y 5 Hrs.
- d) Más de 5 Hrs.

9. ¿ En qué ámbitos cree usted que la T.V. puede influenciar, a una persona entre 25 y 35 años ?

- a) Comportamiento personal.
- b) Familiar.
- c) Laboral.
- d) Social.

10. Dentro de los ámbitos mencionados anteriormente, ¿cómo cree usted, que afecta la T.V. en los valores y en la conducta de cada persona?

11. ¿Considera usted que los sistemas de T.V. actuales cuentan con un número representativo de programas educativos y culturales?

a) Si

b) No

¿Por qué? _____

12. ¿Qué es para Usted un programa educativo?

13. Enumere los siguientes valores en orden de importancia para usted:

--Verdad

--Arte

--Bien

- Justicia

-Prudencia

- Responsabilidad

14. ¿Qué valores considera usted que deben intervenir en un programa de t.v.?

a) Estéticos

b) Intelectuales

c) Afectivos

d) Sociales

E) Físicos

F) Económicos

¿Por qué?

15. ¿Cuál de los medios de comunicación le resulta a usted más confiable?

a) Periódico y revistas.

b) Radio.

c) Televisa.

d) Televisión Azteca.

e) Canal 11.

f) Cablevisión.

g) Multivisión.

¿Por qué y especifique la estación o canal? _____

16. Cree usted, que Multivisión es:

a) Mejor que los otros sistemas de T.V.

b) Igual que los otros sistemas de T.V.

c) Peor que los otros sistemas de T.V.

¿Por qué? _____

17. En su opinión, ¿Qué hace de Multivisión, la otra T.V.?

a) Su programación.

b) El servicio que proporciona.

c) Otro _____.

18. Consideraría usted útil, que Multivisión proporcionara a los usuarios un análisis o retroalimentación formaliva sobre la programación existente, para encontrar los aspectos positivos y negativos de un programa?

- a) Si.
- b) No.

¿Porqué? _____

19. ¿Qué es para usted el entretenimiento formativo?

20. De qué manera daría usted ésta retroalimentación formativa para el televidente?

- a) Spot al finalizar el programa.
- b) Programa semanal sobre algunas películas
- c) Programa mensual sobre algunas películas .
- d) Artículo en la revista de la programación.
- e) Otro (especifique). _____.

¡GRACIAS POR SU COOPERACION !

ANEXO IV

En el presente anexo, se mencionan algunas de las posibles técnicas a emplear dentro de la presentación de alguna de las modalidades de la propuesta del programa de televisión, en el que se difunda el entretenimiento formativo, como una opción más para el televidente, que desea participar activa y reflexivamente ante lo que captan sus sentidos a través de los contenidos transmitidos por la televisión. La información que se presenta a continuación fue consultada de los libros de ACEVEDO, IBÁÑEZ, Alejandro., Aprender jugando.

TÉCNICAS DE SENSIBILIZACIÓN

1. IDENTIFICACIÓN SENSORIAL

Usos:

- Desarrollar la sensibilidad de los miembros de un grupo.
- Detectar reacciones emocionales y expectativas de los participantes
- Observar los comportamientos de liderazgo, indiferencia y participación.

Recursos Materiales:

- Un salón amplio, sin bancas y silencioso.
- Una naranja y un trozo de plastilina para cada participante.

Duración:

- 90 minutos.

Tamaño del grupo:

- Ilimitado pero en números pares.

Disposición del grupo:

- Equipos de cuatro personas.
- En parejas.

Instrucciones específicas:

- El instructor les pide a los participantes colocarse cómodamente en cualquier lugar del salón, todos sentados, asimismo, que formen grupos espontáneos de 4 personas con las que consideren no les unen lazos de amistad.
- Se relaja al grupo. Hablando pausadamente se les indica que perciban su naranja: que la tomen, la palpen, la huelan, que sientan su textura, su tamaño, su forma, que vean su color para identificación.

Desarrollo:

- Después de esta percepción, se indica que la pasen a su compañero de al lado y así sucesivamente para hacerla rotar.
- Se hace un alto a la rotación y se les pide que identifiquen su naranja.
- Se forman parejas con alguna persona a la que quisieran conocer. Viéndose frente a frente, tomándose de la mano y con los ojos cerrados, se les indica que traten de sentir la forma y la textura de las manos, los brazos y la cara.
- De espaldas y juntando hombro con hombro, debe tratar de comunicarse por medio de movimientos tratando de transmitir algo a su compañero.
- Al terminar cada uno su figura, se dan vuelta. Se utiliza la retroinformación y se comunican lo que representa la figura de plastilina.
- Al finalizar, se comenta el ejercicio en grupo

2. INTENCIÓN Y QUERER**Usos:**

- Sensibiliza a los participantes en la indagación de motivos personales de acción.
- Permite el acercamiento a la intencionalidad en tanto núcleo de la motivación.
- Explora el efecto auditivo, a nivel emocional, de nuestras propias palabras.

Recursos materiales:

- Salón amplio e iluminado.
- Palpel y lápiz, para cada participante.

Duración:

- 60 minutos aproximadamente.

Tamaño del grupo:

- 12 personas ideal.

Disposición del grupo

- Libre en el trabajo individual.
- En círculo en el procesamiento global.

Instrucciones específicas:

- Este es un ejercicio que promueve una alta reflexión, en temas muy sensibles. Por tal motivo se recomienda algunas lecturas previas para el instructor. Sobre el concepto de intencionalidad: Ricoeur, Paul, Finitud y culpabilidad, Taurus, España, 1969. Referente al concepto de querer: Abad Carretero, Luis, Instante. querer y realidad, Fondo de Cultura Económica, México, 1958.

- La presente experiencia se suele aplicar en procesos avanzados de formación, habiendo demostrado magníficos resultados, en tanto que a esas alturas es de esperarse que los grupos ya hayan logrado el establecimiento de sus códigos comunicativos tanto en sus formas verbales como en las no verbales.

Desarrollo:

- Se les solicita a los participantes que ubiquen, de la manera más precisa que sea posible, cinco acciones, particularmente significativas, que dentro de su vida cotidiana, piensen se requieran realizar, pero que no puedan llevarlas a cabo.

V.R.G. : no puedo ser más amable con la familia política, no puedo demostrar más cariño o paciencia a los seres queridos, no puedo ser más sólido o consistente en la acción laboral, etc.- El instructor pide se anoten esas cinco acciones en papel y se les da tiempo para tal efecto. Concluida la acción individual se reúnen en círculo y se pide a los participantes que lean sus frases cambiando solamente la palabra "puedo" por "quiero".- El grupo escucha y puede explorar los asertos de sus compañeros.- Al terminar se provoca la reflexión, tratando de llegar a conclusiones.

TÉCNICAS DE TOMA DE DECISIONES**1. INVENTARIO DE VIDA:****Usos:**

- Analizar los valores personales dentro de un grupo.
- Analizar los factores personales por parte del grupo.
- Ampliar nuestra concepción del mundo y de la vida.

Recursos Materiales:

- Un salón iluminado, amplio y con mesas para que el grupo trabaje eficientemente.
- Hojas con las 9 preguntas para cada participante.
- Lápices.

Duración:

- 45 minutos.

Tamaño del grupo:

- Ilimitado.

Disposición del grupo:

- Libre.

Instrucciones específicas:

- Ninguna.

Desarrollo:

- Se reparten las hojas con las preguntas a cada participante.
- Cada uno debe escribir tantas respuestas a las 9 preguntas como se le ocurran, rápidamente y sin detenerse a reflexionar profundamente.

- Se comparan las respuestas individuales con las del grupo.

- Se puede consultar con los participantes para profundizar más en el "inventario de la vida".

- Se comenta el ejercicio y las experiencias vividas.

1. ¿Cuándo me siento totalmente vivo ?

¿Cuáles son las cosas, los acontecimientos, las actividades, que me hacen sentir que realmente vale la pena vivir, que es maravilloso estar vivo?

2. ¿Qué es lo que hago bien?

¿En qué puedo contribuir a la vida de los demás?

¿Qué es lo que hago bien para mi propio desarrollo y bienestar?

3. Dada mi situación actual y mis aspiraciones, ¿qué necesito aprender a hacer?

4. ¿Qué deseos debo convertir en planes ?

5. ¿He descartado algunos sueños por no ser realistas y que deba volver a soñar?

2. PANEL T.V.

Usos:

- Apoya la argumentación disidente y obliga a desarrollar una mayor coherencia racional en función de un manejo proporcional más sólido.
- Ayuda a despejar conflictos de discusión por falta de acuerdos interpersonales.
- Propicia que los participantes vivencien sus desacuerdos a través de un juego de papeles basado en la mesa redonda.

Recursos materiales:

- Un salón amplio y bien iluminado.
- Mesa de trabajo y sillas adicionales.

Duración:

- 30 minutos.

Tamaño del grupo:

- 18 personas.

Disposición del grupo:

- En la mesa de trabajo la mayoría de participantes.
- Un subgrupo de cinco personas al frente.

Instrucciones específicas:

- El desarrollo de la autogestión formativa en los grupos de encuentro o laboratorio de aprendizaje, es una de las finalidades de éstos. Por ello es que el instructor emplea constantemente la discusión de grupos. Sin embargo, hay ocasiones en que las discusiones se enredan al enfrescarse en posiciones antagónicas representadas por algunos participantes que se separan del trabajo del grupo. Entonces el papel que juega el instructor es el de mediador para

integrar nuevamente al grupo completo en la discusión y en consecuencia es cuando tienen cabida este tipo de ejercicios, dado que son formas que permiten la jocosidad, la flexibilidad y la distancia ante argumentaciones "demasiado" serias.

Desarrollo:

- Detectada una discusión estancada, el instructor propone al grupo en general un pequeño juego que permita dilucidar temas tan "trascendentes" e "importantes" para la formación y el aprendizaje de todos los ahí reunidos.
- Le pide al grupo que le ayude a determinar quiénes son los dos miembros más comprometidos e interesados en dicha discusión.
- Ya seleccionados estos participantes, se busca en el grupo a quienes estén más ligados a las posiciones en debate, para formar pareja con los ya detectados.
- Se nombra un moderador (puede darse el caso de que sea el mismo instructor) que hará las veces de abogado del diablo para las partes.
- Se le plantea a este equipo, que se imaginen que están en un programa de televisión de cobertura nacional, que por consiguiente traten de plantear sus argumentos lo más claramente posible para que el auditorio pueda tomar una posición frente a éstos.
- Se disponen las sillas adicionales al frente del grupo y las ocupan los dos equipos y el moderador nombrado para tal efecto.
- Después de unos diez minutos el instructor, para comenzar con el resto del grupo a analizar la calidad de los argumentos escuchados de manera que retroalimenten al panel.
- Se puede repetir la operación.
- Finalmente, se les da las gracias a los participantes del panel y se finaliza el ejercicio.
- Se llega a conclusiones.

TÉCNICAS DE COMUNICACIÓN INTERGRUPAL**1. LABORATORIO VIVENCIAL:****Usos:**

Exponer la dinámica de la relación de ayuda, mostrando las limitaciones y dificultades que ofrece.

Recursos Materiales:

- Un salón suficientemente amplio, iluminado y con mesas separadas.
- Instrucciones para los participantes.

Duración:

90 minutos.

Tamaño del grupo:

Ilimitado pero en números pares.

Disposición del grupo:

- Cuatro personas en cada mesa.

Instrucciones específicas:

- El instructor debe asegurarse de que cada individuo ha entendido perfectamente sus instrucciones.
- Al repartir las hojas de instrucciones, las personas no deben comunicarse entre sí, ni mostrarlas unos a otros.

Desarrollo:

- A cada individuo que forma la cuarteta se le asigna un papel : "O" Observador y moderador únicamente,

"P" Plantea un problema,

"Q" Plantea preguntas únicamente,

"R" Plantea respuestas únicamente.

_ Se reparten las hojas de instrucciones

-Se dá una señal para iniciar el ejercicio.

-Al finalizarlo, debe lograrse un análisis del planteamiento del problema, de la efectividad de la ayuda prestada por R y Q, de las actitudes y técnicas utilizadas.

-Los observadores deben presentar un reporte que debe ser discutido por el grupo.

INSTRUCCIONES PARA LOS PARTICIPANTES.

"O"

-Escuche atentamente la discusión

- Anote los siguientes puntos durante la discusión de P y R:

a) Los sentimientos no verbalizados de cada uno

durante la discusión

b)Cómo se dieron y recibieron las proposiciones de R

c) Cuáles proposiciones de R brindaron ayuda, cuáles no y por qué

-Anote los siguientes puntos durante la discusión de P y Q:

a) Los sentimientos no verbalizados

b) La diferencia de conducta entre Q y R y cómo afecta eso a P

c) Cuáles proposiciones de Q brindaron ayuda y cuáles no y por qué

-Como moderador debe seguir los siguientes pasos:

- a) 10 minutos para que P explique su problema
- b) 10 minutos para que R discuta con P
- c) 10 minutos para que Q discuta con P
- d) 5 minutos para que P diga cómo lo ayudaron Q y R
- e) 5 minutos para que O dé sus observaciones
- f) 10 minutos para que el grupo discuta el ejercicio

"P"

- Escoja un problema en el que quiera recibir ayuda, debe ser algo importante
- Se presenta durante 10 minutos
- Después se discute durante 20 minutos, 10 con R y 10 con Q
- Se discute libremente con R y con Q. Hay que tratar de profundizar en las sugerencias recibidas. Explique detalladamente su situación ignorando a los observadores. Ponga atención en los cambios de percepción que ocurran con R y Q.
- _Explique al grupo cuáles opiniones le brindaron alguna ayuda y cómo se sintió durante esos 5 minutos.

INSTRUCCIONES PARA LOS PARTICIPANTES:

"Q"

- Escuche el problema presentado con detenimiento.
- Debe realizar algunas preguntas para ayudar a P. No debe dar consejo, ni experiencias personales.
- Deje la responsabilidad de las respuestas a P. El ejercicio habrá tenido éxito si P redefine su situación, tomando en cuenta factores diferentes a los que originalmente presentó.

"R"

- Escuche el problema presentado con detenimiento,
- Responda tomando en cuenta lo siguiente:

a) Describa una experiencia similar que haya tenido usted o alguna persona que conozca y diga qué solución se le dio. Insista.

b) Recomiende qué haría usted si estuviera en el lugar de P.

2. LECTURA INTERROGATIVA

Usos:

- Incremente la calidad de la discusión de materiales de lectura.
- Ayuda al grupo a cuestionar algún documento particularmente controvertido.
- Permite al grupo el derecho a la duda de sus fuentes informativas.

Recursos materiales :

- Un salón amplio e iluminado.
- Mesa de trabajo dispuesta para discusión de grupos.
- Documentos de lectura en los que se basa la acción formativa.

Duración:

- Máximo 20 minutos.

Tamaño del grupo :

- 18 personas.

Disposición del grupo:

- Libre

Instrucciones específicas:

- Es conveniente el empleo de este ejercicio en los momentos en que los grupos tienen problemas con un texto determinado o con parte del mismo, en función de su propio aprendizaje.
- De ahí que sea recomendable el empleo dosificado de este tipo de lectura, pues puede perder su eficacia crítica.

Desarrollo:

- Detectado un problema de interpretación de textos o fuentes escritas comunes al grupo, es muy importante que el instructor detenga la secuencia formativa y efectúe un corte o paréntesis que permita distanciar a los participantes de las posiciones en controversia.
- Ubicado el fragmento en cuestión, se le pide a un participante, que no haya estado muy involucrado en la discusión antecedente, leer fraseando, de punto a punto o de idea a idea, en forma y entonación de pregunta.
- El cambio del sentido y significado es notable, pues esta lectura, por sí sola, cuestiona las proposiciones y enunciados contenidos en el texto.
- Esto permite, tanto al instructor como al grupo, una aproximación conceptual desde otro enfoque, en el cual es posible erradicar posiciones intransigentes e insolubles casamientos con ideas preconcebidas.

3. COMUNICACIÓN FRUSTRADA

Usos:

- Ayuda a tomar conciencia sobre las reacciones individuales ante el abuso sensorial.
- Explora la capacidad asertiva personal ante la frustración.

Recursos materiales:

- Salón amplio e iluminado.
- Algunos utensilios para producir ruidos.
- Un documento de una o dos cuartillas describiendo algún tema relacionado con el evento.

Duración:

- 30 minutos.

Tamaño del grupo:

- 16 personas.

Disposición del grupo:

- Libre

Instrucciones específicas:

- Este ejercicio está indicado para ser utilizado en eventos formativos después de que los grupos hayan desarrollado un fuerte sentimiento de unidad y de cohesión.

Desarrollo:

- El facilitador dice:

"Me gustaría un voluntario que desee probar su nivel de frustración".

- Se le pide al voluntario que abandone el salón. El facilitador le explica entonces a los demás que cuando el voluntario regrese, él le entregará un Documento que describe un aspecto importante de lo que se está tratando en el evento. Se le indicará que lo lea y lo asimile de tal manera que pueda reportar su contenido al grupo lo más completamente posible. Una vez que el voluntario regrese al salón se le dará un minuto para acomodarse. Después de ese tiempo el grupo comenzará a hacer ruido paulatinamente de menos a más, de incidental a global y permanentemente. En otras palabras, habrá que opacar al voluntario con el ruido que lo rodea. Se pide también que haya cierta plática entre los miembros del grupo. Deben mantener continuo y en volumen alto el ruido hasta que el facilitador o el voluntario los pare.

- Se pide al voluntario que regrese al salón y se le explican sus instrucciones.

- Después de cinco minutos cuando le resulte evidente al facilitador que el voluntario está muy frustrado, se para el ejercicio.

- El análisis de la situación del ejercicio debe darse inmediatamente después de finalizar el ruido.

- Durante el análisis del proceso el facilitador hará hincapié en los siguientes puntos:

a) Con el voluntario.- ¿Es normalmente capaz de relatar la mayoría de lo que lee? ¿Por qué? ¿Cómo sobrepone sus sentimientos de enojo y frustración? ¿Por qué no pudo realizar su encargo?

¿Cuál elemento distractor le molestó más?

b) Con el grupo. - ¿Les molestó el ruido?, ¿Por qué?, ¿Por qué no?, ¿Por qué sí?, ¿Cómo se sintieron en relación a sus roles?, ¿Cómo sobreponen ustedes sus sentimientos?

-Después de las conclusiones, el ejercicio puede ser repetido con un nuevo voluntario.

4. CINCO SENTIDOS AUTOEVALUATIVOS

Usos:

-La realización de este ejercicio permite la apertura de los miembros de un grupo, eliminando las barreras que normalmente existen en los grupos recién integrados y que impiden una adecuada comunicación, ya que se establece un primer contacto autoevaluativo del propio grupo.

- Propicia la identificación y conocimientos entre los miembros del grupo.
- Comparte una serie de experiencias placenteras por medio de un diálogo informal.
- Establece semejanzas entre los participantes.
- Introduce a los participantes a la autoevaluación.

Recursos materiales:

- El salón donde será impartido el evento formativo.
- Hojas impresas (o papel en blanco tamaño carta y de rotafolio).
- Lápices y plumones.

Duración:

- Instrucciones: 2 minutos.
- Ejercicio individual: 10 minutos.
- Ejercicio grupal: 18 minutos.
- Tabulación: 25 minutos.
- Total : 45 minutos.

Tamaño del grupo:

- Ilimitado.

Disposición del grupo:

- Primero en forma individual.

-Posteriormente en equipos de 2 a 5 personas.

Instrucciones específicas:

-Es muy importante haberles planteado a los participantes con anterioridad La Espiral del Crecimiento Humano, con sus factores impulsores, para que en estos factores se base la tabulación a manera de reactivos.

Desarrollo:

-Se inicia el ejercicio con una invitación a la reflexión acerca de las experiencias placenteras que cada persona haya tenido en cualquier momento de su vida.

- A continuación, se les pide que seleccionen entre sus experiencias más agradables tres cosas que les guste oler: tres que les guste ver, tres que les guste probar, tres que les guste tocar y tres que les guste oír.

-Se reparte una hoja, como la que se incluye a continuación, y se pide que en ella anoten sus experiencias.

-Cuando todos hayan terminado sus anotaciones se les pide que formen libremente parejas o pequeños grupos y que compartan sus experiencias.

En esta fase es muy importante crear una atmósfera de animación y amplia libertad para que los participantes elijan, o los compañeros, con quienes deseen compartir sus experiencias.

-Se les solicita a los grupos que arriben a respuestas de equipo, tres por cada uno de los sentidos, y que las pongan en hojas de rotafolio, al concluir se colgarán en las paredes.

-El instructor, con ayuda del grupo, retoma los factores impulsores de La Espiral del Crecimiento Humano y con éstos comienza a identificar los conceptos vertidos por los equipos, señalando en ellos cuáles son personas, ideas, cosas y lugares.

-A continuación suma cada uno de los factores y por regla de tres saca los porcentajes que les correspondan.

- Finalmente propicia que se llegue a conclusiones.

5. CONVERSACIÓN EN GRUPOS:

Usos:

- Desarrolla un clima compatible y que facilita la interacción del grupo para compartir experiencias personales.
- Integra a los participantes que no conocen a nadie y rompe prejuicios o resentimientos, rápida y cordialmente.
- Motiva a los miembros de un grupo para apreciar lo que haya de común en sus vidas.
- Aparta a la gente de la rutina teórica.
- Rompe el hielo al inicio de un evento.

Recursos materiales:

- Salón amplio y bien iluminado.
- Hoja de patrones de conversación.

Duración :

- Depende de las necesidades del grupo. (Puede ser de 15 minutos como un prelude a otras actividades del grupo o planearse para una sesión entera o varias sesiones).

Tamaño del grupo :

- 12 ó más personas (cuando el grupo es de menos de doce participantes, la experiencia puede llegar a ser más intensa de lo pensado).

Disposición del grupo:

- En círculo.

Instrucciones específicas:

- Ninguna.

Desarrollo:

- El instructor pide a los participantes que compartan experiencias, más que opiniones. Que no es una discusión, sino un compartir cálido y afectuoso.
- El instructor fomentará que la conversación se inicie con descripciones de experiencias infantiles que ilustren las actitudes y sentimientos individuales de los participantes hacia el tema.
- Conforme avanza la conversación, el instructor dejará que se relacionen experiencias post-infantiles para llegar luego al presente.
- Se comenta el ejercicio.

HOJA DE PATRONES DE CONVERSACIÓN:**CONVERSACIÓN EN GRUPO**

1. Los demás comúnmente.....
2. El mejor indicio del éxito personal es
3. Cualquiera trabajaría duro si.....
4. La gente pensará de mí que.....
5. Cuando no me controlo.....
6. El matrimonio puede ser....
7. Nada es tan frustrante como....
8. La gente que quiere tener cosas debería ser....
9. Yo extraño.....
10. Lo que me gustaría respecto a mí mismo es....
11. En ocasiones yo.....
12. Me gustaría ser.....
13. Cuando tengo algo que decir.....
14. Cuando niño yo.....
15. El maestro que mejor me caía era una persona que.....
16. Es divertido.....
17. Mi cuerpo es

18. Hablando de muchachas (hombres).....

19. Amar a alguien.....

20. De aquí a diez años, yo³⁷

³⁷ *cf.*, ACEVEDO , Alejandro.. *Aprender Jugando* ., Tomos 1,2 y 3.

ANEXO V



México, D. F., Febrero 16, 1996.
DP/3248/95

LIC. BRENDA BENITEZ B.
Presente.

En relación a su atenta solicitud correspondiente a la Producción, Realización y Post-Producción de 1 programa "**RETROALIMENTACION POSITIVA**" con duración de 30 min., nos permitimos someter a su amable consideración la siguiente propuesta y presupuesto.

PROPUESTA

REALIZACION:

- Iluminación y montaje. 1 día.
- Grabación en foro 1 de MVS TELEVISION con 3 cámaras que incluye: 1 videograbadora, cabina de producción completa, iluminación a Dimer, dclorama duro, un camerino y personal. 1 día.
- Material de grabación: 1 Videocassette Betacam SP (30')
- 4 Micrófonos inaiámbricos Lavaller y micrófono de mano.
- Alimentación del personal técnico durante la grabación.

Boulevard Puerto Aéreo 486
Colonia Moctezuma
México, D.F. 15500
762 8281 785 4900 Tels. 762 1361 Fax

2..

10P-W-95



POST-PRODUCCION

- Post-Producción en cabina computarizada Betasuite con Abekas, sistema manipulador de imagen con rotación y perspectiva. 5 hrs.
- Cabina de audio para grabación de música. 2 hrs.
- Material de Post-Producción.
- Material para el cliente: 1 Master Betacam SP (30').
1 Copia en 1/2".
- 1 Conductor.
- Maquillista.
- Musicalizador.
- Producción y Dirección.

PRESUPUESTO

El costo por estos servicios es de: **\$ 31,934.00 (TREINTA Y UN MIL NOVECIENTOS TREINTA Y CUATRO PESOS 00/100 M. N.)**

COSTOS ADICIONALES

Para entrada y cortinillas

- Post-Produccion en Cabina Hal: Sistema computarizado de Paint-Box con manipulación de imagen, procesamiento de color y composición digital. 2 hrs.

Boulevard Puerto Aéreo 484
Colonia Moctezuma
México, D.F. 15500
762 8281 785 4900 Tels. 762 1361 Fax

3...

IDW/CIN

PRESUPUESTO:

El costo por este servicio es de: \$ 4,800.00 (CUATRO MIL OCHOCIENTOS PESOS 00/100 M. N.).

OBSERVACIONES

- La escenografía se cotizará según boceto.
- Costos no contemplados en este presupuesto se facturarán por separado.
- De ser aceptado este presupuesto, la forma de pago será de un 50% de anticipo al ordenar el trabajo y el 50% restante a la entrega del mismo.
- Con la atenta súplica que nos sea confirmado el servicio por escrito.
- La factura correspondiente se verá gravada por el 10% de I.V.A.
- Este presupuesto tiene vigencia de 30 días, a partir de esta fecha.
- Autorizado el guión correspondiente, esta cotización será revisada.

Sin otro particular por el momento, quedo de usted.

Atentamente,



SR. ROBERTO CASSO MIRANDA
Director de Producción.