

20424
2



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES "ACATLAN"



¿COMO INTERPRETA EL NIÑO DE 8 AÑOS DE EDAD EL MENSAJE "TIENES EL VALOR O TE VALE" QUE RESPECTO A LOS VALORES MORALES EMITE FUNDACION TELEVISIVA?

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA
P R E S E N T A :
HILARIA AGUIRRE BRAVO

ASESOR: LIC. JUAN AMAEL VIZUETT OLVERA





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.

DEDICATORIAS

A Dios, por haberme
Permitido llegar hasta
Este día.

A mi abuela, Juanita Valle:
Por su amistad, por haberme enseñado el
Significado de las palabras; empeño y lucha.

A mi madre, Ma. Luisa Bravo:
Por que de ella aprendí el significado
De la palabra; t e n a c i d a d.

A mis tíos: Julio, Abraham, León,
Maximiliano y Felipe por sus
Consejos y su gran ejemplo.

A mis hermanos: Elsa, Andrés y Carlos;
Por que siempre creyeron en mí, por su paciencia
Y su amor incondicional.

A la familia Mora: especialmente a Don Rogelio
Y a Doña Delfina, por el apoyo
Que nos han dado a Gustavo
A Mauricio y a mí.

A Marcela Tapia por sus valiosos comentarios.


A las profesoras Mercedes, Rosalía y la Lic. Lulú,
Por el apoyo, y su valiosa amistad.

A Fundación Televisa, especialmente
A la Lic. Alicia Alebrija Hirschfield
Por la información proporcionada.

Autógrafa a la Dirección General de Estudios e Investigaciones de la UNAM, a diligenciar en formato de tesis de grado, con el control de mi madre, Hilbriz Aguirre.

NOMBRE: Hilbriz Aguirre
Bravo

FECHA: 26 NOV 2003

FIRMA: 

2

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

AGRADECIMIENTOS

A Gustavo mi esposo, por su invaluable apoyo
Por su paciencia, su amor, por la paz y el respeto
Que me ha prodigado desde el primer día
En que nos conocimos.

A Mauricio: hijo, el día en que naciste
Y éste, son los más felices de mi vida.
Gracias por existir.

Al Lic. Juan Amael Vizzuett Olvera, mi asesor,
Gracias por su enseñanza.

A mi amada Universidad: "Por mi Raza
Hablará el Espíritu."

INDICE GENERAL

CAPITULO I LA HONESTIDAD

1. Enfoques Conceptuales.....	7
1.1 La Ética Humanista	11
1.2 Ética, Civismo e Inseguridad en México.....	14
1.2.1 La Familia	21
1.2.2 Habitación	22
1.2.3 Factor Económico.....	23
1.2.4 Alcoholismo	24
1.2.5 La Escuela	25
1.2.6 La calle	26
1.2.7 Las Bandas	27
1.3 Los Medios Mexicanos y la Ética	31
1.4 Desarrollo Moral en el Niño	36
1.4.1 Leyes, Costumbres y Reglas en el Desarrollo Moral	37
1.4.2 Conciencia y Desarrollo Moral	38
1.4.3 Desarrollo Moral en el Niño según Jean Piaget.....	40
1.4.4 Etapas del Desarrollo Moral según Laurence Kohlberg	41
1.4.5 Disciplina Democrática	43
1.4.6 Castigo	45
1.4.7 Recompensas	48
Resumen	51

CAPITULO II TEORIA SOBRE LA INFLUENCIA DE LA TELEVISION EN LOS NIÑOS Y TEORIA DE LOS USOS Y GRATIFICACIONES DE LA COMUNICACION DE MASAS.

2. Psicología de la Comunicación	52
2.1 El invento de la televisión	58
2.1.1 El niño y la televisión.....	61
2.1.2 Identificación con los personajes de la televisión	63
2.1.3 La paradoja	64

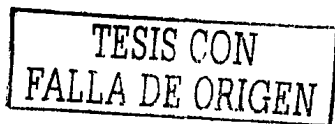
2.1.4 La televisión como realidad	65
2.2 Influencia de la Televisión en los Niños.....	66
2.3 Teoría de los Usos y Gratificaciones de la Comunicación de Masas.....	69
2.4 El Emisor	72
2.4.1 Fundación Televisa	73
2.4.2 Los participantes y su definición de honestidad	73
2.4.3 Entrevista con Alicia Lebrija, Directora de Capacitación y Educación de la Fundación.....	76
2.5 El Mensaje.....	81
2.5.1 El guión de televisión	81
2.5.2 El guión del mensaje televisivo "Tienes el valor o te vale"	83
2.6 El Receptor	95
2.6.1. El niño de 8 años de edad	96
2.6.2 Sentido ético	97
Resumen	100

CAPITULO III ENCUESTA A NIÑOS DE 8 AÑOS DE EDAD.

3.1 ANALISIS DE RESULTADOS Y CUADROS

3.1.1 La Familia	102
3.1.2 Obligaciones	103
3.1.3 Desarrollo Moral	104
3.1.4 Disciplina	106
3.1.5 Medios Masivos	107
3.1.6 La Moral	110
3.1.7 Valores y Antivalores	112
CONCLUSION.....	115
Resumen.....	118

Glosario.....	120
Bibliografía	122



INTRODUCCION

El problema a tratar en la presente investigación es analizar cómo interpretan los niños un mensaje que les habla de honestidad, respeto, responsabilidad, y generosidad que ven a través de la televisión y saber hasta qué punto la televisión refuerza los valores morales en los niños de 8 años de edad.

A partir del año 2002 Fundación Televisa a través de sus canales 2, 4, 5, y 9 ha emitido mensajes, que sugieren el cambio de conducta social más positiva con la intención de hacer reflexionar a todo espectador que el ser honesto vale la pena, que el ser respetuoso, responsable y generoso es una conducta socialmente aceptada y que todos deberían proyectar una conducta socialmente aceptable para beneficio del sano convivir.

Los medios de comunicación conjuntamente con los educadores de los niños, (idealmente los padres) son la principal influencia en la formación de los valores de los niños para que se comporten con honestidad.

Tanto la comunicación masiva como la comunicación interpersonal juegan un papel fundamental por un lado: los educadores de los niños (a nivel intrafamiliar) les deben enseñar mediante la disciplina democrática, las conductas socialmente aceptadas (respeto, honestidad, generosidad, responsabilidad, amor lealtad, libertad, justicia, igualdad, templanza y veracidad) por otro lado, los medios masivos ¿influyen y les recuerdan a los niños lo que los adultos les enseñaron? almacenar información y procesarla permite al niño enfrentarse a la realidad para que en la cotidianidad tenga los elementos suficientes para no caer en conductas socialmente no aceptadas inadaptadas y aberrantes entre ellas la delincuencia.

Es importante reconocer que los seres humanos debemos conducirnos por la vida con respeto al entorno, no caer en fraudes y mentiras para conseguir ventajas de cualquier índole; es decir, conducirse con honestidad, de acuerdo a los valores universales, y reconocerlos como los que dan sentido a la vida, para ser capaces de renunciar a egoísmos y mezquindades. Es importante conocer los valores y su papel en el proceso de la comunicación interpersonal, grupal, empresarial y política.

También es importante repensar nuestras acciones cotidianas. Somos testigos de una confrontación violenta entre el hombre y la naturaleza. Debemos tomar conciencia de nuestro parentesco con la tierra y de la necesidad de convivir con ella y nuestros coetáneos armónicamente.

La realidad ecológica se nos impone y cuestiona el sentido del "progreso", la realidad, la guerra, la carrera armamentista, el progreso y la tecnología están desvinculadas de la Ética Humanista.

El funcionamiento de cualquier sistema político, económico y social dependen de sus actores sociales, de su confianza y de su actuación ética, esto no es una especulación filosófica, es una problemática concreta social e individual. Se muestran cuadros de índices de robos, asaltos, homicidios, violaciones, con el fin de que nos lleven a repensar nuestras acciones cotidianas y qué hacer en el presente para mejorar el futuro.

El hombre es un ser social que vive en comunidad y surge de un círculo familiar, no hacemos nada por vivir en armonía, en un sano convivir. La comunicación aquí juega un papel fundamental.

Necesitamos comunicarnos para cuestionar ideologías y viejos paradigmas, crear formas convincentes de explicación del mundo, afrontar retos y reencontrarnos a nosotros mismos.

El propósito de este trabajo es lanzar una luz sobre la realidad de la comunicación humana y los valores que nos lleven a conducirnos con honestidad (convivir en armonía, el retorno del hombre a su yo íntimo, la convivencia bajo el enfoque de la Ética Humanista.) Como dice Santo Tomás de Aquino no se trata de ir por la vida tratando de hacer el bien a todo el mundo, sino que mis acciones no le hagan mal a nadie, y como dice Aristóteles tratar de explotar las virtudes del hombre, como el instinto a la vida, desarrollar las potencialidades humanas, el respeto a sí mismo y los demás, si las potencialidades del hombre no fueran los instintos de conservación el hombre ya se hubiera extinguido y dominarían la tierra otras especies animales. Conocer los valores universales, para conducirse con honestidad es necesario en todo gesto comunicativo y son necesarios para que ocurra la comunicación. Estos valores son criterios comunes para realizar la triangulación Emisor-Mensaje-Receptor que es necesaria en toda comunicación.

En el primer capítulo definiremos la honestidad, por la importancia de conducirse con respeto en los valores universales de los demás. Investigamos la Honestidad en el enfoque de la Ética Humanista, ya que fue el primer valor universal que manejó la Campaña de Concientización de Fundación Televisa. Veremos el enfoque Aristotélico, el de Sto. Tomás de Aquino y de Don Alfonso Reyes. Hemos hecho un análisis de las causas de la delincuencia, lo que lleva al niño a conductas inadaptadas y también resaltamos la importancia de la educación del niño, de su desarrollo moral, de las leyes, las costumbres, su relación con la disciplina y la congruencia de ésta para que el niño adopte las reglas con agrado y no como obligación.

En el segundo capítulo haremos referencia a la teoría sobre la influencia de la televisión en los niños, con quiénes se identifica, cuáles programas de televisión elige y por qué. Analizaremos la teoría de los usos y gratificaciones, nos referiremos a la psicología de la comunicación, en su intento por tratar de modificar la conducta del espectador. Para evitar que el niño vea programas de influencia negativa y se le oriente respecto a lo que ve en la televisión.

En el tercer capítulo se muestran los resultados de un cuestionario que contestaron niños de ocho años de edad, en una Escuela Primaria Estatal de nivel socioeconómico bajo, con la intención de que de su puño y letra conozcamos si la televisión influye en el concepto de su moralidad. Para saber cuáles valores universales conocè.Cuál fue el medio por el que conoció esos valores. Cómo está integrada la familia de los niños. Investigar quiénes influyen en la formación ética de los niños. Para que nos digan cómo reaccionarían moralmente ante una situación cotidiana y si el niño ha comprendido el mensaje de Fundación Televisa. Las hipótesis de este trabajo son: Si los programas de televisión agresivos estimulan los impulsos agresivos de los niños, entonces, la televisión puede influir para reforzar los valores universales. La segunda hipótesis es: Al contemplar en la televisión conductas sociales positivas de niños de su edad con quienes podría identificarse, éstas influyen en él como espectador, para que actúe también mejor desde el punto de vista social. La última hipótesis es: Si el niño de ocho años de edad ya conoce los valores universales; entonces, sabrá contestar satisfactoriamente un cuestionario que habla sobre valores. Al final de cada capítulo se

incluyó un resumen con la única finalidad de resaltar la información más importante, y que puede ser de mucha utilidad para los estudiantes de comunicación.

El propósito final de este trabajo, es ejemplificar a los comunicólogos que deben empezar a hacer reflexionar al receptor la importancia de conocer los valores universales, para mejorar el diario acontecer, y recordar que el hombre es un "ente" social, que como tal debe transmitir sus deseos de vivir y explotar sus potencialidades humanas en beneficio de la sociedad en general. Comunicación y valores deben ser un proyecto de existencia personal y social, que alimente las ganas de vivir.

A quienes hacen la Comunicación Masiva, he aquí con esta investigación, un ejemplo de la interpretación que el niño hace de un mensaje que expone valores, para que entiendan que este niño será el protagonista social, hará política, economía, en fin, hará: sociedad. El mundo estará en sus manos dentro de 20 años, de esas manitas que ahora están interpretando y captando sus mensajes a través de la televisión.

Comunicólogos: conozcamos la importancia de hacer mensajes con contenido Ético-Humanista, para el futuro del mundo y por la aportación a la búsqueda de los valores universales que nos harán más libres.

CAPITULO I LA HONESTIDAD

1. ENFOQUES CONCEPTUALES

En enero de 2002 la televisora mexicana Televisa (Televisión Vía Satélite S.A.) inició una campaña de valores universales sobre honestidad, respeto, responsabilidad y generosidad. En esta campaña a la cuál denominó de Concientización los participantes definieron la honestidad como una cualidad humana, por la que la persona se determina a elegir actuar con base a la verdad y en la auténtica justicia, dando a cada quien lo que le corresponde, incluida ella misma.

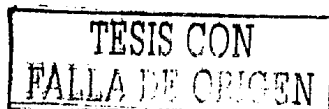
Honestidad ¹honradez: Tipo de conducta que se caracteriza por el *respeto* al derecho ajeno, especialmente en lo que se refiere al fraude y la mentira, para conseguir ventajas económicas o de otra índole.

Contrario a deshonestidad Honesto. En Inglés honesty.

Honra. Según Aristóteles² es el signo exterior del reconocimiento de alguna preeminencia en otro, manifestativo de la estima interior llamada *respeto*, es más importante que la acción aislada de honrar externamente. La honra presupone un verdadero mérito en la persona honrada el más excelente objeto de la honra es la probidad moral, la honorabilidad, la honradez, la honra interna, determinada hoy simplemente honra. Cuando una persona encuentra alta estima moral en un círculo mayor y capaz de juzgar, se dice que goza de buena fama. La honra y la buena reputación son bienes importantes para el esfuerzo ético del individuo y para la *vida social*, constituyendo las bases de la confianza mutua. Por eso es lícita y necesaria una ordenada aspiración a la honra y a la buena fama. El *amor a la honra* fundado en la absoluta probidad es una *virtud moral*. La moral permite el deseo de hacerse acreedor a una mayor honra y buena reputación (gloria), sobre la base de obras y riesgos notables. Es importante la obligación de no perjudicar la honra del prójimo con falsos testimonios (calumnia) de no menoscabarla revelando faltas verdaderas pero ocultas (detracción). Falta a la probidad interior y al verdadero amor a la honra quien se atribuye méritos que no posee o pretende ser honrado de un modo exclusivo. También el prójimo tiene y

¹ Diccionario de Psicología. Editor Warren Howard C. Fondo de Cultura Económica. México D.F.

² Diccionario de Filosofía. Bruger Walter Editorial Herder. Barcelona España 1978 9ª. Edición.



merece su honra. La *lealtad* y la *honradez* exigen reconocer con sencillez las numerosas falsas cometidas. La aspiración a la honra queda preservada de su exceso: el orgullo de la arrogancia, la ambición desmedida y el vano afán de gloria. La humildad refrena pero no impide el amor a la honra. Humildad no es desinterés o indiferencia ante el debido amor a la honra. El humilde quiere evitar las pretensiones exageradas de la honra. La *humildad* y la *generosidad* descansan en la profundidad del alma. Uno de los más importantes deberes de la educación moral lo constituye el despertar, fomentar y cuidar un fino y moderado sentimiento de la honra.

Aristóteles habla de respeto para sí mismo y para los demás. Acatar los respetos es el objeto de la moral, es la práctica del bien. Obrar bien nos permite ser felices dentro de la sociedad en que vivimos. Lo primero es el respeto a sí mismo en cuerpo y alma, dignidad de la persona, el hombre debe sentirse vigilado por el respeto moral y debe sentir vergüenza de violar ese respeto.

En cuanto a la honestidad y el respeto a nuestra persona Alfonso Reyes considera que "no significa avergonzarnos de las necesidades corporales impuestas por la naturaleza sino, compartirlas con decoro aseo y *prudencia*. No debemos considerarnos a nosotros mismos con demasiada solemnidad por que ello esteriliza el espíritu, nos hace vanidosos y acaba por volvernos locos".³

El respeto a nuestra persona incluye el descanso, el esparcimiento, el juego, el buen humor, el sentido de lo cómico y hasta la ironía con nosotros mismos, la alegría y el buen humor son fuente del bien moral. El respeto a nuestra persona incluye la limpieza de nuestro cuerpo, nuestras intenciones, el culto a la verdad que es un acto de lealtad para con nosotros mismos. También es un signo de respeto a nuestra persona la buena presencia, la buena fe con que se obra, cuidar la forma de vestir ya que el desaseo y el exhibicionismo son ridículos. El respeto a nuestra persona exige no envenenarla ni degradarla. Se debe tener propia dignidad y presupone también indignación ante vilezas ajenas.

³ Reyes Alfonso. Cartilla Moral. Fondo de Cultura Económica. México-1969 3ª. edición 15- 36 p.

Se debe tener *obligaciones* para con nosotros mismos así como para los demás ya que somos “entes” sociales, hay obligaciones recíprocas, hay derechos y obligaciones, en el hogar por ejemplo: debe haber respeto entre padres e hijos, entre hermanos. La primera escuela son los padres, por eso, si los padres se portan indignamente ante los ojos de sus hijos, faltan a su deber y les dan malos hábitos los hijos los imitarán.

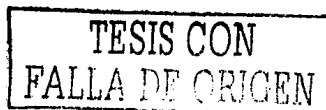
Es imprescindible el respeto a la sociedad, a todos los que nos rodean, a cada uno de los miembros de la sociedad, impedir violación de respetos. El hombre debe vivir en compañerismo, en solidaridad, en grupo, con *altruismo* de acuerdo a las reglas de la urbanidad y la cortesía. El hombre debe evitar la grosería, los abusos, la violencia y las amenazas hay igual o mayor valentía en dominarse a sí mismo que en asustar o agraviar al prójimo y encolerizar contra los demás. De esta forma según el pensamiento de Aristóteles no se caerá en la desestimación de la gente que nos rodea y se podrá gozar de buena fama y alta estima moral, así el hombre desarrolla una virtud moral, tendrá honra y buena reputación. Así se aspira a un progreso moral a la armonía y a la paz “Tanto en las naciones como en los individuos el respeto al derecho ajeno es la paz”⁴

Todos los respetos los resumiremos en: “No hagas a otros lo que no quieres que te hagan”.

Las buenas obras del hombre deben ser respetadas por todos dice Don Alfonso Reyes en su libro Cartilla Moral “Romper un vidrio por el gusto de hacerlo, destrozarse un jardín, pintarrajear las paredes, dañar una señal o un teléfono público, quitarle un tornillo a una máquina son actos inmorales, descubren en quien los hace, un fondo de inconsciencia, desprecio a los bienes de la comunidad y falta de imaginación que impide recordar el esfuerzo acumulado detrás de cada obra humana”⁵.

⁴ Frase del Benemérito de las Américas: Don Benito Juárez.

⁵ Reyes. Op. Cit. P. 28



No olvidemos el respeto a la ecología, al medio ambiente y a todo ser vivo, ya que despierta el hábito de la contemplación según Don Alfonso Reyes la contemplación amorosa contribuye a nuestra felicidad a desarrollar el espíritu de conservación y nuestra inteligencia , cuidar el ambiente, la ecología el amor a todo lo que le rodea significa que la persona ha alcanzado un nivel del bien, aquel en que se confunden el bien y la belleza, la obediencia al mandamiento moral y el deleite de la contemplación estética :Este es el punto más alto que puede alcanzar en el mundo el ser humano.

Según Erich Fromm⁶ honradez es amor a la honra, es una virtud moral, la base y la fuente de la virtud se encuentran en la estructura del carácter de la personalidad integrada y madura en un carácter productivo, el vicio, contrario a la virtud, es una indiferencia hacia sí mismo y una mutilación de sí mismo, considera muy importante que si el hombre ha de confiar en valores tendrá que conocerse a sí mismo y conocer la capacidad de su naturaleza para la *bondad* y la productividad.

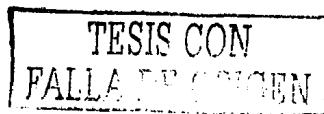
El amor por uno mismo, (no egoísmo ni renuncia así mismo) y la afirmación de su verdadero YO humano (no la negación del individuo), son los valores supremos de la *Ética Humanista*.

La honestidad desde el enfoque humanista, es el conocimiento de la naturaleza humana, la cual nos lleva a la convicción, de que las fuentes de las normas para desarrollar una conducta ética, se encuentran en la propia naturaleza del hombre, y que las normas morales se basan en las cualidades inherentes al hombre y que toda violación origina una desintegración mental y emocional.

1.1 LA ETICA HUMANISTA

En la *Ética Humanista* el hombre mismo *da las normas de conducta* y es a la vez *sujeto* de las mismas es su *f fuente formal* es su agencia reguladora y es sujeto de su materia. Su contra parte es la *Ética Autoritaria* en la que una autoridad establece lo que es bueno para el hombre y prescribe las leyes y normas de conducta.

⁶ Fromm Erich. *Ética y Psicoanálisis*. Fondo de Cultura Económica. México. 14ª. Reimpresión 1986. 99-278 p



La Ética Humanista cuenta con dos aspectos: uno formal y otro material; en la primera, sólo el hombre por sí mismo puede determinar el criterio sobre la virtud o pecado y no una autoridad que lo trascienda. En el aspecto material lo "bueno" es aquello que es bueno para el hombre, "malo" lo que le es nocivo y el único criterio de valor ético es el bienestar del hombre. Aristóteles emplea la palabra virtud para significar "excelencia" - excelencia de la actividad por medio de la cual se realizan las potencias particulares del hombre -Paracelso emplea virtud como sinónimo de las características individuales de cada cosa; su peculiaridad. Una piedra o una flor tienen su virtud, su combinación de cualidades específicas. Así mismo, *virtud del hombre* es el conjunto de cualidades característico de la especie humana; la virtud de cada persona es su *individualidad única*, se es virtuoso si se despliega la propia *virtud*⁷

Un concepto erróneo de la virtud es el sentido moderno de la Ética Autoritaria: la autonegación y obediencia; la supresión de la individualidad en lugar de su realización plena.

El despliegue de la propia individualidad refiere Fromm no significa olvidarse del respeto al prójimo, a la sociedad, a la familia, el individuo no debe ser egoísta, ni aislado. Lo que es bueno para el hombre no implica que su naturaleza sea tal que el egoísmo o aislamiento sean buenos para él. El FIN del hombre no puede cumplirse en desvinculación con el mundo exterior, es un "ente" social. Una de las características de la naturaleza humana es que el hombre encuentra su felicidad y su realización plena en sus facultades en relación y solidaridad con sus semejantes, *amor al prójimo* es algo inherente (ya lo trae en su propia naturaleza) irradia del hombre. El amor no es un poder ni debe ser impuesto; es *su propio poder*, con el que se vincula a sí mismo con el mundo y lo convierte en realmente *suya*.

La Ética Humanista puede establecer normas de conducta y juicios de valor objetivamente válidos para todos los hombres y postulados por el hombre mismo. Por ejemplo, en las artes estamos acostumbrados a elaborar normas objetivamente válidas deducidas a principios científicos establecidos por la observación del hecho, por procedimientos matemático-deductivos.

⁷ Fromm, Op. Cit. P.25

Las ciencias puras o teóricas descubren hechos y principios aunque incluso en las ciencias físicas y biológicas entra un elemento normativo que no vicia su objetividad. Las ciencias aplicadas se ocupan de normas prácticas con las cuales deben hacerse las cosas, el *deben* es determinado por el *conocimiento científico de hechos y principios*.

Las artes son actividades que requieren un conocimiento y una destreza específicos, algunas de ellas requieren sólo el conocimiento del sentido común otras como: el arte de la ingeniería o medicina, requieren un conjunto de conocimientos teóricos. En *todas las artes* un sistema de *normas* objetivamente válidas constituye la teoría de la *práctica* (ciencia aplicada) basada en la ciencia teórica. En cualquiera de las artes las *normas* no son arbitrarias, su violación es penada con un resultado pobre o un fracaso en la realización del fin deseado. El *vivir es un arte* como la medicina o la ingeniería. En el arte de vivir, el hombre es al mismo tiempo el artista y el objeto de su arte, es el escultor y el mármol, el médico y el paciente.

La Ética Humanista propone que para saber lo que es "bueno" para el hombre debemos conocer su naturaleza. La Ética Humanista es la ciencia aplicada del "arte de vivir" basada en la "ciencia del hombre".

El impulso de vivir es inherente a cada organismo y el hombre no puede evitar el querer vivir. El dinero, el prestigio, y el poder se han convertido en incentivos y metas del hombre, todo tiene importancia para él excepto su vida y su arte de vivir. El hombre existe para todo menos para sí mismo.

Todos los organismos poseen un instinto de autoconservación. El primer deber de un organismo es estar vivo. En un concepto dinámico y no estático debe desplegar sus potencialidades específicas⁸. El *fin* de la vida del hombre es el despliegue de sus poderes de acuerdo con las leyes de *su* naturaleza. Puede afirmar sus potencialidades humanas realizando su individualidad "debe desarrollarse hasta ser el individuo que cada uno es

⁸ Ritzer George. Teoría Sociológica Clásica. Editorial Mac Graw Hill. 16ª. Edición. Madrid España 1993. p.128- 494 Págs.

potencialmente". Lo "bueno" en la Ética Humanista es la afirmación de la vida, el despliegue de los poderes del hombre. La virtud es la responsabilidad hacia la propia existencia. Lo "malo" es la mutilación de las potencias del hombre. El vicio es la irresponsabilidad hacia sí mismo⁹.

Por otra parte, el enfoque tomista señala que "El hombre busca su conservación conforme a su propia naturaleza, tiene una tendencia natural a conservar su ser, la razón...posee una inclinación a propagar la especie a procrear hijos y educarlos...tiene una tendencia natural a conocer las verdades divinas a vivir en sociedad...debe buscar la verdad y evitar la ignorancia...tiende natural e inevitablemente hacia su perfección, a la realización de sus posibilidades en cuanto a hombre, hacia su principal *fin o bien*, la razón práctica va discerniendo los actos necesarios para el logro de este *fin*, los ordena y prohíbe los contrarios"¹⁰

Santo Tomás de Aquino sostenía que estamos moralmente obligados a llevar a cabo SOLO aquellas BUENAS acciones cuya omisión produciría un mal, y NO TODAS las buenas acciones posibles. "No se trata de ir por la vida viendo a quien hacer el bien, sino ser uno mismo, sin faltar al respeto, ni perjudicar ni deshonorar a los demás, ni sin acatar reglas de urbanidad, sin dejar de ser valiente y honorable"¹¹.

Pero la ignorancia hace que quienes tienen la razón pervertida por una mala costumbre o por un sentimiento incontrolable negativo o por una mala disposición natural, no consideren ilícito el latrocinio (robo y asesinato), siendo contrario a la Ley Natural (de conservación). Este ya es un problema de conciencia, ésta puede ser una conciencia moral objetivamente buena, pero la ignorancia y los errores son posibles en los asuntos morales. Entonces "la moralidad es algo que se siente más que se juzga" según Hume.

⁹ Fromm Op. Cit. p 32.

¹⁰ Copleston F.C. El pensamiento de Santo Tomás de Aquino. Editorial Fondo de Cultura Económica. México D.F.

¹¹ Santo Tomás de Aquino fue profesor universitario nació en 1225 en el castillo de Rocassecca próximo al poblado de Aquino situado entre Nápoles y Roma, murió en 1274 fue un pensador erudito. Fue sacerdote y canonizado el 18 de julio de 1323.

El hombre rechaza la muerte como algo destructivo para su naturaleza. Esto pertenece al nivel instintivo y sensible más que al nivel de la aprehensión racional. El hombre rechaza y evita la muerte como algo destructivo para su naturaleza como un mal, sabe que el mal debe ser rechazado y evitado, el mal se opone a nuestras inclinaciones naturales, así el hombre va discerniendo qué cosa en particular debe ser evitada, lo que es malo y por qué es malo.

Para Santo Tomás de Aquino todos los preceptos de la Ley Natural (de conservación) están fundados o basados en que el bien debe buscarse y el mal debe evitarse. El bien para el hombre es conocido por reflexión sobre la naturaleza humana, tal como se le conoce por la experiencia (el instinto a la vida).

La razón señala al hombre lo que debe hacer para ser él mismo, enseñándole lo que es bueno, la virtud se logra por medio del uso activo que el hombre hace de sus poderes. Potencia es lo mismo que virtud, impotencia es lo mismo que vicio, la felicidad no es un fin en sí misma es lo que acompaña a la experiencia del aumento de potencia, la impotencia es acompañada por la depresión; la potencia se acompaña por las ganas de vivir.

El enfoque tomista, indica no perjudicar a los demás y acatar entre otras cosas, las reglas de la urbanidad, sin embargo esto no sucede así, no acatamos las reglas de urbanidad, lo que impera es la prepotencia, la grosería, la negligencia, y la falta de civismo.

1.2 ETICA, CIVISMO E INSEGURIDAD EN MEXICO

La práctica del bien es el objeto de la moral, supones acatar respetos inapelables que traen como compensación la satisfacción moral. Obrar bien nos permite ser más felices dentro de la sociedad en que vivimos.

Lo primero, es respetarse a sí mismo y a los coetáneos; el hombre debe sentirse vigilado por el respeto moral, y sentir vergüenza de violar ese respeto; de no ser así ensuciamos las calles, no respetamos las normas de tránsito, se dan atropellos, tanto físicos como en los derechos de los ciudadanos, se da la corrupción en cualquier nivel para

conseguir ventajas de toda índole, de manera que inferimos que la ética y el civismo en México no tienen la fortaleza que desea la sociedad.

La limpieza de nuestro cuerpo y de nuestras intenciones el culto a la verdad, son actos de lealtad para con nosotros mismos, el desaseo es desagradable, el exhibicionismo y la afectación además son ridículos. El respeto no sólo incluye a nuestra persona, sino también a los demás, a los niños, es delito la pornografía infantil, no se debe envenenar a la niñez, ni degradarla, ni intoxicarlos, ni inducirlos a las drogas, o al alcohol. El hombre debe buscar la dignidad propia y ajena y no permitir vilezas ajenas.

Se puede aspirar al civismo, si a nivel intrafamiliar hay respeto, éste se extiende a la comunidad y a la sociedad. Mi respeto a la sociedad y a cada uno de sus miembros es lo que hace posible la convivencia de los seres humanos.

Acatar las reglas de urbanidad y cortesía significa compañerismo, solidaridad y altruismo con nuestro grupo, sujetar la grosería, evitar abusos contra los débiles, no ser violento ni amenazador (sino en último extremo) hay igual o mayor valentía en dominarse a sí mismo que en asustar o agraviar al prójimo, no encolerizar contra los demás.

El respeto a nuestra especie se confunde también con el respeto al trabajo humano: romper un vidrio por el gusto de hacerlo, destrozarse un jardín, el "grafitti", dañar semáforos o teléfonos públicos, quitarle el tornillo a una máquina, son actos, que atentan contra la comunidad.

Cuidar el ambiente, la ecología el amor a todo lo que rodea al hombre significa que éste ha alcanzado un nivel del bien, el punto más alto que en el mundo puede alcanzar el ser humano.

Por lo anterior, inferimos que la seguridad, la ética y el civismo en México no tienen la fortaleza que desea la sociedad, ya que ni el propio presidente respeta las normas morales, se le acusa de uso de poder para favorecer a su partido en los comicios electorales del pasado mes de julio; el IFE tuvo que recurrir a tres amonestaciones para que dejara de enviar mensajes a la población favor de su partido: el público no es ingenuo y con ésta situación se pone en duda su ética afectando a la sociedad.

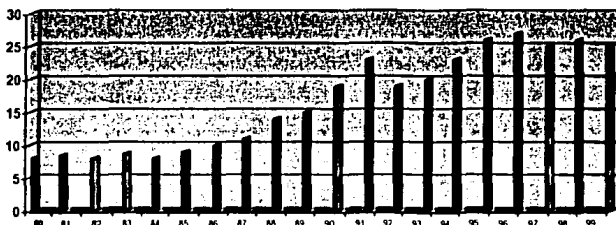
El sociólogo francés Emilio Durkheim, en su estudio científico de la moral científica consideraba que los individuos pueden llegar a un estado social en que ya no saben ni cómo actuar generando un descontrol social el que ya nadie hace caso a nada. "Los

individuos enfrentan anomia cuando la moral no les constriñe lo suficiente, carecen del concepto de conducta apropiada y aceptable de lo que es y no es"¹²

Se llegan a casos extremos de inseguridad, delincuencia, una total inestabilidad social, generando caos, fobias, suicidios etc.

En México la evolución del número de delincuentes sentenciados registrados en los juzgados de los Fueros Federal y Común, ha aumentado a más de 27% tan sólo de los años 1980 a 2000 según datos publicados en el Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos (FUENTE: INEGI; Instituto Nacional De Estadística, Geografía e Informática)

Evolución del Número de Delincuentes Sentenciados Registrados en los Juzgados del Fuero Federal 1980-1999



En 1980 el total de delincuentes sentenciados registrados en los juzgados del Fuero Federal fue de: 7,117 de los cuáles 2,833 fueron sentenciados por delitos contra la salud, 230 por robo, 577 por daño en propiedad ajena, 109 por peculado, 219 por contrabando,

¹² Poviña Alfredo. Diccionario de Sociología a través de los sociólogos. Tomo I. Editorial Astrea. Buenos Aires, Argentina. P. 299. El principio de la Anomia se ha aplicado en ámbitos generales al ponérsele como contrapartida de la idea de solidaridad social, un estado de confusión, inseguridad y falta de normas. En el ámbito psicológico, es un estado de ánimo del individuo cuyas raíces morales se han roto, ya no tiene normas, únicamente impulsos desconectados. En el sentido psicológico, es un quebrantamiento de normas, hacia la falta de ellas, en la estructura social y en la estructura cultural.

190 por homicidio, 356 por lesiones, 560 por fraude y estafa, 2,031 por otros delitos y 12 no especificados.

Para el año 2000 ésta cifra aumentó hasta 23,544 delincuentes sentenciados de los cuáles: 9,562 en materia de narcóticos, 8,824 contra la ley de armas de fuego, 395 por robo, 1,052 contra la ley de población, 140 por daños en las cosas, 1,031 contra la ley de vías de comunicación, 440 contra el código fiscal, 115 por peculado, 53 por homicidio y 1,932 por otras causas.

En 1980 en materia de delitos del Fuero Común eran de: 56,939 en total, de los cuáles 11,656 por robo, 18,841 por lesiones, 4,199 por daño en propiedad ajena, 6,249 por homicidio, 1,414 por fraude y estafa, 1,705 por violación, 413 por abuso de confianza, 1,200 por rapto y estupro, 11,512 por otros delitos y 110 no especificado.

Para el año 2000 las cifras aumentaron así: 118,181 en total de los cuáles 45,926 fueron sentenciados por robo, 25,618 por lesiones, 7,373 por daño en las cosas, 5,926 por homicidio, 2,084 por fraude, 2,784 por despojo, 3,370 por violación, 2,395 por allanamiento de morada, 3,332 por armas prohibidas y 19,373 por otros delitos.

A continuación mostraremos un cuadro con las cifras del tipo de delitos en materia de fuero federal como daños a la nación en el periodo comprendido de 1980 al año 2000:

DELINCUENTES SENTENCIADOS EN LOS JUZGADOS SEGÚN TIPO DE DELITO											
FUERO FEDERAL											
	Contra La Salud	Robo	Daño En propiedad Ajena	Peculado	Contra-Homicidio	Lesiones	Fraude	Otros	No ESPECÍFICA		
1980	7 117	2 833	230	577	109	219	190	356	560	2 031	12
2000	23 544	9 562	8 824	395	1 052	140	1 031	1 440	115	1 932	

FUENTE: INEGI; Dirección General de Estadística, Dirección de Estadísticas Demográficas y sociales

Este es el panorama sólo en adultos; el infantil es igualmente desalentador: estos datos nos muestran los altos índices de delincuencia en nuestro país y son a la vez un indicativo del grado de inseguridad que se vive en la Ciudad de México y Zonas Conurbadas.

Estas cifras también nos indican cómo será en un futuro la niñez que actualmente vive y convive con éstas personas que delinquen. Los niños son el reflejo de los adultos que los tienen a su cargo y responsabilidad. Los niños tienden a imitar a los adultos por eso es tan importante la familia en su proceso de crecimiento y adaptación.

La familia es la primera Institución en la que el niño aprende desde la socialización, el lenguaje, la solidaridad, el altruismo y el respeto. La familia según Augusto Comte debe constreñir el egoísmo y fomentar la solidaridad, sólo así el mundo podrá aspirar al progreso en todos los ámbitos.

Los niños que conviven con delinquentes sufren anomia¹³ por que la moral no les constreñe lo suficiente y carecen del concepto de conducta apropiada y aceptable de lo que es y no es de lo que debe y no debe hacerse.

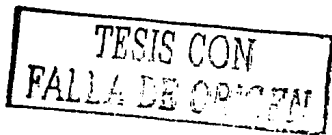
La tarea de la familia es evitar que el niño se vuelva delincuente. El niño significa las reservas vitales de la sociedad, no habría proyección hacia el futuro que no se apoye en esas manitas pequeñitas; en el presente se encuentra la clave del futuro.

Los niños delinquen por que son abandonados, por la falta de amor, por la indiferencia y la explotación "Al niño"¹⁴ se le debe educar y encaminar al perfeccionamiento progresivo de su personalidad en formación. El niño es una víctima del medio social y familiar".

El hogar es la primera escuela, si los padres se portan indignamente a nuestros ojos, faltan a su deber y dan malos ejemplos los niños imitan y por eso se dan estos niveles de delincuencia en el siguiente cuadro les presentaremos las cifras del tipo de delitos que se han realizado en la sociedad mexicana en el periodo comprendido de 1980 al 2000:

¹³ Emilio Durkheim: primer sociólogo que utilizó el término anomia, es reconocido por sus cursos pedagógicos a maestros, su curso de educación moral, versaba sobre el sistema moral que esperaba se transmitiera a los jóvenes, con el fin de detener la degeneración que percibía en la sociedad. Sugirió la represión dura de los que fomentaban el odio hacia los demás, e instó al gobierno francés a hacer público el mal comportamiento de la gente. Aconsejaba a las personas " que tuvieran el coraje de proclamar en voz alta lo que pensaban y se unieran para triunfar en la lucha contra la locura pública". Consideraba al socialismo como un movimiento de regeneración moral de la sociedad, por medio de la moralidad científica.

¹⁴ Lavalle María. Delincuencia de los menores. Publicado por la Biblioteca de la Escuela de Jurisprudencia de Campeche. Campeche. 2ª. Edición. 1949. 19-319p.



DELINCUENTES SENTENCIADOS EN LOS JUZGADOS SEGUN TIPO DE DELITO

FUERO COMUN

			Daño En pro-	Homi- Cidio	Fraude Y Estafa	viola- ción	Abuso de Con- fianza.	Estupro Y Rapto	No Especi- ficado		
TOTAL	Robo	Lesiones	Piedad Ajena						Otros		
1980	56 939	11 656	18 841	4 199	6 249	1 414	1 705	413	1 200	11 152	110

			Daño En las	Homi- Cidio	Despojo Fraude	Viola- ción	Allana- miento de Mo- rada	Uso de Armas Prohibidas	Otros		
TOTAL	Robo	Lesiones	Cosas								
2000	118 181	45 926	25 618	7 373	5 926	2 084	2 784	3 370	2 395	3 332	19 373

FUENTE: INEGI; Dirección General de Estadística. Dirección de Estadísticas Demográficas y sociales

El hombre al nacer es ya parte de una familia, con la vida en común aparecen las obligaciones recíprocas entre las personas, las relaciones sociales; los derechos por un lado, las obligaciones por el otro.

Los padres o educadores deben enseñar al niño a impedir violaciones contra respetos y aplicar sanciones o castigos para en caso de incurrir en una falta, se les debe enseñar la cortesía, el compañerismo, la solidaridad y altruismo con el grupo, evitar la

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

grosería los abusos contra los débiles, no ser violento ni amenazador (sino en último extremo) recordar que hay igual valentía en dominarse a sí mismo que en asustar o agraviar al prójimo y encolerizar contra los demás.

Así no caerá en la desestimación que rodea a la gente grosera egoísta y abusiva. Pero ¿quién debe enseñar al niño a respetar a los demás?

1.2.1 LA FAMILIA

La educación es un complemento de la generación después de la propagación de la especie, viene la función de la primera educación que corresponde a la familia primordialmente, que consiste en: transmisión de aptitudes y habilidades para la vida, es el medio más influyente ya que el niño pasa los primeros años de su vida en él, su mente es más sensible, las impresiones se le grabarán más hondamente y tendrán más repercusiones en su vida.

Cuando la familia del niño por desgracia se desintegra o la ausencia de uno de los progenitores, son factores que afectan o retrasan el desarrollo moral infantil.

La orfandad hace caer al niño en manos extrañas, en el abandono y hasta la delincuencia. Pero si falta alguno de los padres se suple esa ausencia con violencia u hostilidad con un padrastro o una madrastra. " En nuestras clases proletarias la madrastra es llevada a hacerse cargo del hogar e hijos o el padrastro aceptado como sostén económico, son extraños para los hijos pudiendo complicar más el caso la existencia la de hijos por ambas partes; el padrastro puede hostigar a sus hijastras siendo él precisamente quien da origen a su perdición, los hijastros pueden alimentar pasiones culpables para con la mujer que su padre ha llevado al hogar dando lugar a crímenes pasionales. Sucede que de pronto, los padrastros consideran a los niños una carga y los humillan, los maltratan y los envían a la calle así se inician los ladrones y la prostitución, la madrastra procede a deshacerse de los hijos ajenos que le estorban y los hijos de ambos se pelean, discuten y surgen así los odios, las envidias y los celos."¹⁵

¹⁵ Lavalle Op. Cit. P 20.

En 1980 los delitos por robo eran: 11 656

En 2000 los delitos por robo eran: 45 926

Por violación en 1980: 1 705

Por violación en 2000: 3 370.

Estas cifras se refieren a delincuencia en adultos, ellos en tiempo pasado fueron niños y éstas son las condiciones familiares que vivieron.

Cabe destacar que no es necesario que la madre o el padre tengan una nueva pareja para que ocurran estos delitos, también hay menores infractores debido a que hay madres demasiado complacientes, de carácter débil o demasiado ocupada en salir a trabajar para llevar el sustento al hogar o niñas huérfanas de madre cuyo padre tolera la conducta de la hija. Estos son agravantes y en las familias grandes en las que no se puede dedicar tiempo a todos y cada uno de los hijos la atención que necesitan. El niño se puede sentir infeliz aunque tenga a ambos padres conviviendo a su lado puede sentirse abandonado o ignorado.

Un obstáculo en el desarrollo moral es no contar con el tiempo y el espacio para la autorreflexión; los niños tienen derecho de contar con su propio espacio físico, ya que, es el principio de todo respeto al derecho ajeno.

1.2.2 HABITACIÓN

La miseria física y moral tienen como escenario viviendas muy pequeñas de una sola pieza, en la que hermanos y hermanas comparten la misma habitación; hermanastros, parientes, amigos y hasta animales domésticos.

“Los menores, presencian a sus padres en actos de la vida matrimonial, lo que da origen a pensamientos y curiosidades del niño que si no son bien encaminados los llevarán al vicio, el menor tratará de huir a la calle, a los billares, a los cabaréts a los bares etc., y huyendo del hogar encontrará la antesala de la infracción”

16

¹⁶ Ibid. Lavalle. P21.

Las condiciones de vida pueden ser adversas pero si los padres no se interesan por cambiarlas, nadie más lo hará por ellos, está de por medio el desarrollo moral y físico de sus hijos. Este problema puede aminorar con educación, tanto a padres como a los hijos.

A continuación presentaremos cifras de número de ocupantes por vivienda tanto en Area metropolitana como en zonas Conurbadas a la Cd. de México; lo cual refleja las condiciones habitacionales en nuestro país y que afectan de distintas maneras a los niños.

**VIVIENDAS PARTICULARES HABITADAS
POR NÚMERO DE OCUPANTES
SEGÚN TIPO DE VIVIENDA
14 de febrero de 2000**

NUMERO	TOTAL	CASA	DEPARTA	VIVIENDA	CUARTO	LOCAL	VIVIENDA
OCUPAN		INDE	MENTO	EN	EN	NO	MOVIL
TES		DIENTE	EDIFICIO	VECINDAD	AZOTEA	HABITAR	
ZONA METROPOLITANA							
5	729 905	538 548	103 964	62 914	1 820	658	42
6	383 223	299 154	41 026	30 078	803	354	24
7	181 023	146 182	15 502	13 056	350	170	9
8	100 246	83 218	7 073	6 554	160	97	6
9	143 497	124 714	6 378	7 491	152	105	11
MUNICIPIOS CONURBADOS							
5	384 930	311 343	31 124	29 950	419	266	30
6	208 081	173 935	12 530	14 685	210	156	13
7	99 693	85 296	4 186	6 168	86	86	65
8	55 796	47 781	2 064	3 049	36	37	2
	78 983	71 124	1 764	3 386	48	37	6

FUENTE: INEGI. Secretaria de Gobernación

1.2.3 FACTOR ECONÓMICO

Otro factor que obstaculiza el desarrollo moral infantil es el económico, ya que el deterioro del poder adquisitivo en México desde 1980, y el aumento en el número de horas que debe trabajar el mexicano medio para aspirar a un sueldo como el de hace veintitrés años, ocasiona que los padres dediquen menos años de su vida a la crianza de sus hijos.



"Actualmente, en México las familias de estratos de bajos ingresos dedican hasta el 80% para la compra de alimentos y aún así comen mal, esto implica que cualquier caída en el salario, representa brutal privación y desnutrición en los grupos más vulnerables, niños, mujeres y ancianos"¹⁷

Hoy en día, la canasta integral ni siquiera está al alcance de un elevado número de profesionistas recién egresados. Con la actual crisis económica, el abanico de sueldos y salarios se ha ido cerrando constantemente. ¹⁸ "En 1980 el sueldo de un profesionista joven era aproximadamente tres a cinco veces mayor al salario mínimo, en 1985, dicha diferencia es de sólo dos a dos y media veces mayor. El salario mínimo en 1980 era mayor al de 1985, lo cuál significa que por ejemplo, el sueldo de un profesor asistente, en 1985, era inferior a dos veces el salario mínimo de 1980".

En la actualidad, los profesionistas nos preparamos para sobrevivir y cubrir las necesidades básicas, difícilmente se puede ahorrar para adquirir bienes de consumo durable o darse un lujo.

A lo anterior lo ensombrece la miseria, culpable de la mala alimentación, ropa sucia, falta de distracciones sanas propias de su edad y la miseria intelectual y moral por que ni pequeños ni mayores pueden pensar en instruirse, en cultivarse, por que tienen que trabajar para ayudar a sus padres a mantener a los más pequeños.

El niño tiene que salir a trabajar a la calle, cae en manos de explotadores que lo llevan a conseguir dinero de cualquier forma con tal de librarse de malos tratos e insultos en su "hogar". Así se aleja de la escuela, y en la calle se inicia en la delincuencia.

En estas condiciones económicas el desarrollo moral infantil, es lento y difícil ya que los progenitores se encuentran más ocupados en proveer el sustento diario, que en inculcar la honestidad y los demás valores universales.

1.2.4 ALCOHOLISMO

Se combina con la miseria y ensombrece el hogar del niño. El padre borracho —y a veces la madre también— los insultan con palabras soeces, realizan actos sexuales ante los

¹⁷ Martínez Hernández Ifigenia. Algunos efectos de la crisis en la distribución del ingreso en México. Facultad de Economía de la UNAM 1989. P.57,134 P.

¹⁸ Ibid. P.62.



niños así se inicia la constricción moral y anomia que menciona Emilio Durkheim, ya no sabe el menor lo que es bueno o malo, y ni la sociedad le constriñe lo suficiente.

“El niño nacido en un medio anormal crecerá en pésimas condiciones para su vida futura porque estará sometido a la influencia del medio físico y social en forma decisiva, pues según la sociología: los conglomerados humanos primitivos están dominados por el medio ambiente y así los menores, encontrándose por su constitución en un estado de inferioridad no se hallan en aptitud de reaccionar frente a determinadas influencias”¹⁹

A continuación mostraremos cifras de adultos que ingieren alcohol en México:

HABITOS DE CONSUMO DE ALCOHOL

- 71 % Bebe por convivir con los amigos en fiestas los fines de semana
- 21% Bebe por el gusto de tomar
- 8% Se sienten más seguros y confiados.

FUENTE: El alcoholismo en México. Aspectos Sociales Culturales y Económico. Molina Piñero Et. Al. Fundación de Investigaciones Sociales A.C. México 1983. 209-303 p.

Los lugares de preferencia al beber son: tiendas y pulquerías, en segundo lugar, en fiestas sociales, en tercer lugar en su casa y en cualquier otro lugar.

1.2.5 LA ESCUELA

La escuela puede corregir las deficiencias de una educación familiar inadecuada y preparar a los niños para circunstancias especiales de la vida que se les presente. La escuela puede extender su influencia al hogar y a la comunidad, orientar al niño sobre las formas de conducta, impulsos, sentimientos, e inquietudes que son de mucho valor para la vida en sociedad.

¹⁹ Tocaven Roberto. Psicología Criminal. Editado por el Instituto de Ciencias Penales. México D.F.1990.P. 108-157 p.

El maestro puede influir en el niño para corregir sus inclinaciones, puede reconocer ciertas anomalías en el menor y avisar a los familiares para que lo lleven a una institución para su prevención o beneficencia.

Para transmitir a los niños, un desarrollo moral óptimo, se requiere de un escenario adecuado para la transmisión de aptitudes para la vida, como el hogar, el cuál es el medio ideal para que el niño aprenda la honestidad y posteriormente se extienda hacia sus coetáneos.

1.2.6 LA CALLE

Ya sea por que se fugó de la casa de sus padres o por que la calle sea su casa o por hallarse moralmente abandonado por sus tutores, el menor se encuentra en la calle y es el medio para su degradación.

Fuera de casos especiales, el delincuente al que nos referimos con las cifras nace y se cría en un ambiente de miseria, prostitución, incultura y vicios; es natural que quien vive en un ambiente así, no tendrá preparación que le facilite los medios de subsistencia apropiados para vivir decentemente, y por lo tanto, desde su infancia, se verá obligado a trabajar o conseguir de cualquier forma el sustento diario.

Como no le ayuda la preparación y ni padres ni parientes tienen influencias con gentes de buen vivir, su trabajo se iniciará posiblemente en el mismo barrio, o en la ciudad y obtendrá un destino en el cual se verá mezclado con el vicio y los bajos fondos: cantinas, casas de prostitución, restaurantes de baja categoría, en donde iniciará sus relaciones con la gente que frecuenta esos lugares, por lo tanto, como los delincuentes en esos lugares abundan el niño que convive así sigue ese mal camino.

A continuación mostraremos cifras de niños de la calle:

Según cálculos del Fondo de las Naciones Unidas para la infancia, UNICEF, en el mundo hay 100 millones de niños de la calle de los cuales:

1 millón son víctimas de esclavitud,

Comercio sexual

Explotación de mano de obra

Obligados a cometer acciones criminales

Y se les extraen órganos para trasplantes.

México es el 2º. productor mundial de éstos niños con:

12 millones

40% vive en extrema pobreza, de entre 13 y 14 años de edad viven en la miseria

3 millones de menores de 16 años de edad tienen que trabajar para subsistir,

2.5 millones no van a la escuela y

450.000 han hecho de la calle su hogar

10,152 niños viven abandonados en las calles

de 6 a 14 años son trabajadores:

40% lava coches, vende chicles, periódicos, hules, flores.

40% son payasos

10% lanzallamas

5% se dedican a la prostitución (hombres y mujeres)

5% son rateros y limosneros.

EL 90% de los niños de la calle ha estado en instituciones de castigo, desde la casa amarilla, hasta el consejo tutelar.

De cada 10 niños callejeros 1 es mujer, son más explotados sexualmente, según cifras de la Agencia Especial para Delitos Sexuales de la Procuraduría del Distrito federal:

70% de las víctimas de violación son mujeres entre 10 a 18 años de edad, en 1 de cada 5 casos, el responsable es un familiar.

Pasar demasiadas horas en la calle, puede provocar que el niño sea expuesto a grupos de control externo, que sólo confunden su desarrollo moral, ya que son contrarios a los códigos que son aceptados socialmente, propician el ocio, el cual es consejero de cualquier vicio.

1.2.7 LAS BANDAS

Agrupado en bandas los niños cometen actos que solos no se habrían atrevido a realizar.

"El concepto de banda es el de subcultura delincuente "cultura" se refiere al conjunto de valores y normas que guían el comportamiento de los miembros del grupo; el prefijo "sub" indica que esas culturas suelen aparecer dentro de sistemas más amplios. Subcultura delincuente significa, un sistema de valores y creencias que fomenta la comisión de actos delictivos, confiere el rango social sobre la base de tales actos y especifica la clase de relaciones que se deben mantener con los que están fuera de su mundo social " ²⁰.

Las causas por las que abundan las bandas se hallan en la naturaleza de la estructura social: de las circunstancias particulares de cada barrio y de la vida de la comunidad donde abundan las bandas de delincuentes: gran densidad de población, baja condición socioeconómica, alto índice de desorganización familiar.

Existen estudios realizados en Estados Unidos en los que se encontró que la formación de las bandas y subculturas delincuentes son una reacción psicológica a los problemas causados por el hecho de pertenecer a una categoría social inferior en un mundo donde se valora el rango social, pero los medios de acceder a él están relativamente fuera del alcance de las clases sociales inferiores, dando inicio así a la anomia.

Contribuyen a la delincuencia varios factores tanto familiares como sociales, sin embargo, corresponde a la familia o a los tutores y educadores del niño, prepararlo para que se enfrente con fuertes bases a los problemas y situaciones de su entorno y cotidianidad

Se les debe enseñar a los pequeños el respeto a sí mismo, en cuerpo y alma, la dignidad de la persona así lo considera Don Alfonso Reyes en su libro Cartilla Moral " cada uno de nosotros debe sentirse vigilado por el respeto moral y debe sentir vergüenza de violar ese respeto. No significa avergonzarnos de las necesidades corporales impuestas por la naturaleza sino compartirlas con decoro, aseo y prudencia".

La tarea de la moral consiste en dar a la naturaleza lo suyo sin exceso y sin perder de vista los ideales dictados por la conciencia.

²⁰ Sills David L. Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales. Ediciones Aguilar. Vol. III. Madrid, España 1974, 40-453 p.

El hombre debe manejar su conducta en equilibrio y proporción. A veces necesita fuerza corporal aún para actos espirituales o ideales, para actuar con bravura, arrojo y heroicidad, otras veces necesitamos inteligencia para atender necesidades materiales. Cuerpo y alma deben aprender a entenderse bien.

El bien no es sólo obligatorio para el creyente, sino para todos los hombres en general, se funda en la conducta moral que nos permite vivir en paz con nosotros mismos y en armonía con los demás.

El bien es una cuestión de amor y respeto. Es amor y respeto a lo que es bueno para todos y aversión a lo perjudicial. Lo excluido es aquello que está mal, que causa mal. El bien es benéfico y el mal es maléfico.

El bien es un ideal de justicia y de virtud Erich Fromm define la virtud como “ excelencia de la actividad por medio de la cual se realizan las potencias particulares del hombre; virtud es sinónimo de las características individuales de cada cosa; su peculiaridad una piedra o una flor tienen su propia virtud su combinación de cualidades específica. Así mismo, virtud del hombre es el conjunto de cualidades característico de la especie humana, mientras que la virtud de cada persona es su individualidad única se es virtuoso si se despliega la propia virtud respetando la virtud de los que nos rodean”²¹ .

Por lo tanto los padres de familia o tutores deben enseñar al pequeño a desarrollar sus propias virtudes, inculcarles el respeto a sí mismo y al prójimo cuyo principio evitará que el niño caiga en la delincuencia y desarrolle la probidad moral de la que habla Aristóteles. El malo lo es por ignorancia, necesita educación. Naturaleza y educación de complementan.

Lo malo es educable se aprende a ser bueno, por eso Aristóteles- aconsejaba: ejercitación en la virtud para hacer virtuosos. No lancemos a la calle a niños que pueden ser virtuosos y por falta de oportunidades, amor y comprensión convertiremos en menores infractores y después delincuentes que sigan engrosando las cifras de la delincuencia como a continuación lo ejemplificamos en este cuadro:

²¹ Fromm. Op Cit. P 25.

**CASOS PUESTOS A DISPOSICIÓN DEL CONSEJO
DE MENORES POR SEXO SEGÚN NIVEL DE INSTRUCCION**

SEXO	TOTAL	Anal- fabetas.	Primaria	Secundaria	Carrera Técnica	Prepa Voca.	No Esp.
1980	5 726	135	2 080	2 332	76	766	701
HOMBRES	5 118	104	1 804	2 136	65	735	627
MUJERES	608	31	276	196	11	31	74
2000							
HOMBRES	2 516	68	939	1 207	20	282	0
MUJERES	2 235	63	873	1 059	17	223	0
	281	5	66	148	3	59	0

NOTA: A partir de 1992 entró en vigor la nueva Ley de Menores Infractores

FUENTE: Secretaría de Gobernación. Consejo de Menores

Las causas de la delincuencia están en la familia, en la educación, en la calle, en la comunidad, en el barrio o en el puesto que la persona ocupa dentro de la estructura social, también lo está en la sociedad de masas; por lo tanto, los problemas deben estudiarse en el plano de la sociedad de masas.

El mundo moderno burocratizado produce malestar general un sentimiento de alineación del trabajo y de la comunidad una pérdida de identidad y una pobreza de experiencias significativas. La anomia que de aquí resulta lleva a reacciones aberrantes entre ellas la delincuencia.

A continuación les mostraremos cuadro en el que nos indican las cifras de menores infractores de acuerdo a su edad:

**CASOS PUESTOS A DISPOSICIÓN DEL CONSEJO
DE MENORES POR SEXO SEGUN EDAD**

SEXO	TOTAL	Años										Se ignora
		7 a 10	11	12	13	14	15	16	17	18	o mas	
1980	3 627	45	34	72	119	256	402	701	1 142	367	489	
HOMBRES	3 244	34	26	71	103	214	322	627	1 016	352	479	
MUJERES	383	11	8	1	16	42	80	74	126	15	10	
2000												
HOMBRES	2 516	0	17	51	98	229	429	672	937	83	0	
MUJERES	2 235	0	14	45	86	199	361	603	856	71	0	
	281	0	3	6	12	30	63	69	81	12	0	

NOTA: A partir de 1992 entró en vigor la nueva Ley de Menores Infractores.

FUENTE: Secretaría de Gobernación. Consejo de Menores

1.3 LOS MEDIOS MEXICANOS Y LA ETICA

Para el periodista Salvador Borrego el periodismo debe trascender el abismo que lo separa de la casi inaprehensible conciencia colectiva, que es el objeto de su acción, al lograr este objetivo inducirle energías y luces que la conduzcan hacia su meta desenvolvimiento y progreso.

Dos de las funciones del periodismo son: la immanente y la trascendente; la primera expresa los cambios diarios ocurridos a la sociedad. Esta función es inmediata se desarrolla por medio de la noticia, requiere de más objetividad.

La segunda función que es la trascendente es explicar más profundamente cómo existe y se desenvuelve esa sociedad e inducirle cómo debe desenvolverse en lo material y en lo moral. La misión trascendente es una función mediata, se realiza por medio del carácter y la doctrina, por eso es más subjetiva que objetiva.

"El periodismo debe poseer una calidad moral de representante y guía social, esa es su función trascendente si va más allá de esa función entonces pierde todo sentido"²².

Es lícita toda transacción y operación económica que no dañe los principios del periodismo, pero ocultar información, desfigurar hechos, alquilar criterio y apoyar acciones dañinas por obtener dádivas, es un hecho inadmisibile.

A continuación; manifestaciones de un vacío interior: se da ante la falta de adecuados principios trascendentes o la incapacidad para llevarlos a la práctica, en el periodismo las manifestaciones principales según el autor Salvador Borrego

CARENCIA O DEBILIDAD DE LA FUNCION TRASCENDENTE

- a).- Inclinación por la línea de menor esfuerzo, "salir del paso" ausencia de espíritu de colaboración.
- b).- Mayor "tiraje" sea como fuere, aunque se empleen medios reprobables.
- c).- "Buenas relaciones" con personajes, por interés o temor. No disgustar a ninguno.
- d).- Instrumento inconsciente de propagandas extrañas a las cuales se desconoce.
- e).- Mercantilismo de primer grado: el periodismo como simple medio económico.
- f).- Mercantilismo agudo: el periodismo como medio para lograr más fructíferos medios económicos.

Si no se han encontrado principios que hagan válido y deseable el ejercicio de la libertad de prensa, y no se han inculcado desde la niñez por la familia- se puede perder el valor del esfuerzo y la responsabilidad.

Sí no hay en el periodista un espíritu de superación y de grupo, lesionan el espíritu de superación y colaboración.

²² Borrego Salvador. Periodismo Trascendente. 15ª. Edición. México 232 p.

El periodista suele caer en el vicio de las buenas relaciones con personajes por interés o temor, o por la categoría social o política de sus amistades.

La libertad de prensa en función de las "buenas relaciones" a las que no se quiere disgustar, resulta unilateral. La amistad de miles de invisibles lectores es sustituida por la amistad de un grupo de poderosos. Caso concreto, al día siguiente de las elecciones el periódico "Milenio" publicó en su primera plana una fotografía del ex presidente Carlos Salinas de Gortari al acudir a su casilla, el diario parece poner oídos sordos a la voz pública cuando en los cruceros de semáforos, personas sin empleo, utilizan su figura e imagen para mofarse de él por considerar que fue "quien ha sumido a México en la más profunda miseria". El diario prefiere mantener buenas relaciones con este tipo de influyentismo; pero el público no se deja engañar indefinidamente sólo está reforzando su opinión al considerarlo un mal mexicano -por ejemplo por el caso fobaproa-, asimismo, al ex presidente Ernesto Zedillo Ponce de León quien continúa beneficiando a las empresas que favoreció durante su mandato.

Si el periodismo va dejando de practicarse como instrumento profesional y cada día se le va tomando más como medio económico. Se puede caer en un círculo de vicios y corrupción en el que oficiales o funcionarios desvían dinero del presupuesto (dinero del pueblo) para ganarse la complicidad del periodista y ocultarle al pueblo lo censurable.

Las seis enfermedades que manifiesta el periodista Salvador Borrego provienen de la función trascendente del periodismo.

Los medios masivos mexicanos se dedican a la venta de espacios publicitarios para mercancías y al entretenimiento por ejemplo la radio, llena 24 horas de transmisión con verborrea (Hablar sólo por cubrir un espacio) con enunciados que buscan impactar al receptor empapararlo de información. Algunos programas invitan especialistas, médicos, psicólogos etc. Las amas de casa hacen llamadas si tienen dudas respecto al tema que se está tratando, este tipo de programas procuran no ser tan unidireccionales y en cuanto a la información procuran ser un poco enriquecedor, pero si no está bien moderado pierde su eficacia al confundir al receptor. "El coeficiente de sentido es mínimo y en todo caso podría ser analizado tomando en cuenta la situación social completa en que se produce tal tipo de proceso de comunicación, pero para los receptores dicho coeficiente no aporta casi nada

en relación con una comprensión de problemas concretos ni mucho menos sobre la propia manera de encarar la existencia (en forma crítica; lo contrario si ocurre siempre, esto es: el reforzamiento. "El empobrecimiento significativo, la liberación de una enorme masa de mensajes referencialmente mutilados van creando formas de comprensión, parcelaria, de escasos alcances reducida a lo que superficialmente se dice, se opina sobre algo"²³.

Las revistas perniciosas como: Eres, Tu, Coqueta; permiten la repetición de estereotipos, la pobreza referencial hace que la atención quede fijada en las formas del mensaje, en su trama, en las peripecias de algún personaje, o en los encantos de alguna estrella, ¿Dónde esta la alternativa cultural que permita desarrollar al lector el espíritu creativo, ampliar sus conocimientos acerca de algún tema relevante combinado con el entretenimiento sano?

Hace unas semanas los medios masivos de comunicación mostraron la muerte de la cantante popular Celia Cruz como un espectáculo con el mismo o menor interés con que se mira una caricatura o la guerra en Irak.

En 24 horas de transmisión de los mass media no hay mucho que ofrecer, más bien se trata de "rumiar" un mensaje tras otro.

Las rupturas, las grandes frases, no caben en semejante desenfreno en cuanto a cantidad, en lo demás desenfreno aburrido rutinario. "Reconocimiento emotivo: trivialidad, no decir nada, reiterar situaciones, palabras, adjetivar, calificar, la vida cotidiana trivializada, reducida a la rutina impuesta por las relaciones sociales vigentes"²⁴ De nada me sirve a mí como receptora ver la cruel imagen de un mecánico que atropelló a sangre fría a varios niños en Ecatepec, si no hay alternativa informativa, si sólo se muestra lo malo, pero no se orienta a las nuevas generaciones para que no vayan a caer en lo mismo, sería aberrante que los niños que ven esos "mensajes" o notas rojas se identificaran con los agresores sólo por que eso es lo único que ve y le repiten lo mismo todo el tiempo.

La televisión mexicana sólo muestra el lado negativo en las noticias sólo vemos violaciones, secuestros, asesinatos, no muestran el lado bueno, en lugar de orientar y educar

²³ Prieto Castillo Daniel, Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa. 3ª. Edición Premia Editora de libros S.A. México 181 p.

²⁴ Ibid. 131 p

nos muestran a 17 personas con aspiraciones de fama y dinero sin esforzarse en nada: "Big-brother" exalta la inacción, la holgazanería, el hedonismo y el dinero fácil.

Mensajes que exalten valores contra la corrupción, son muy pocos, sólo las series extranjeras nos dan ejemplos positivos. No hay en la televisión mexicana programas culturales o programas científicos. No hay mensajes positivos para los niños, los valores de nuestros medios masivos son el dinero y el hedonismo.

No hay en los medios mexicanos una relación simétrica de emisión de mensajes de lo bueno y lo malo, predomina esto último sobre todo en Latinoamérica, hay que ver la clase social, la formación social, y la coyuntura del país, los medios mexicanos pueden caer en designios de clases dominantes y los mensajes dominantes pueden tener éxito o no según las condiciones económicas. Daniel Prieto Castillo asegura que los emisores están insertos en ese juego; si la vida cotidiana se funda en reiteraciones, en lugares comunes, la mejor forma de asegurar el éxito es reforzar, aprovechar, esa situación previa.

El hombre además de recibir mensajes enfrentar problemas concretos como salud de sus hijos, desempleo, problemas laborales, falta de alimentos, una vida cotidiana sin contradicciones abriría el éxito de los mensajes, nuestros medios difunden una ideología de reafirmación. Hay un desorden de mensajes. El desorden pertenece a la sociedad y los mensajes sólo la reflejan, el desorden social corresponde a un desorden comunicacional y esto permite la circulación de mensajes alternativos de ruptura.

El receptor se "expone" a los mass media, con el fin de dar respuesta a alguna duda, pasar un rato de entretenimiento, o por la necesidad de mantenerse ocupado, los mass media por su poder, alcance y cobertura ejercen influencia en el desarrollo de la conducta moral, por ejemplo, la televisión, puede sugerir al niño ciertas conductas que no son socialmente aceptadas, puede confundirse y su desarrollo moral será lento y difícil.

Uno de los objetivos primordiales del proceso de socialización en cualquier cultura, es la transmisión de los criterios de lo "correcto" e "incorrecto", de tal manera que esos criterios regulen la conducta infantil.

1.4 DESARROLLO MORAL EN EL NIÑO²⁵

Se le debe enseñar al niño una conducta que se conforme al código moral del grupo social. Moral procede del latín "mores" que significa modales, costumbres y modos populares de hacer las cosas.

La conducta moral se ve controlada por los conceptos de la moralidad, las reglas de conducta a las que se han acostumbrado los miembros de una cultura y que determinan los patrones esperados de comportamiento de todos los miembros del grupo.

El niño debe aprender lo que es bueno y lo que es malo, los psicólogos consideran que a los 8 años de edad ya tienen la madurez cognitiva para entender lo que se les dice, por lo tanto, es conveniente explicarle las razones por las que debe o no debe hacer determinada cosa.

Lo ideal sería que el niño desarrolle el deseo de hacer lo correcto, actuar para el bien común y evitar el mal, los padres podemos asociar reacciones agradables a lo correcto y desagradables a lo malo.

En la escuela al interactuar con el grupo de amiguitos se da cuenta de que para ser aceptado debe seguir las costumbres del grupo, si no hay conformidad, entonces se sentirá rechazado y esto es para él como un castigo.

²⁵ Strommen Ellen. Psicología del Desarrollo Escolar et al. Editorial el Manual Moderno S.A. DE C.V. 3ª. Reimpresión 1984. México D.F. 362 P.

1.4.1 LEYES, COSTUMBRES Y REGLAS EN EL DESARROLLO MORAL

En cada grupo social se consideran ciertos actos como correctos o incorrectos por que fomentan o se cree que estimulan o perjudican el bienestar del grupo. Las costumbres más importantes se incluyen en leyes con castigos específicos para las violaciones. Los padres o tutores deben enseñar al niño apegarse al patrón adecuado²⁶.

- 1.- Las normas son las que establecen quienes tienen la responsabilidad de los niños. Las leyes las promulgan los legisladores.
- 2.- Las leyes tienen castigos para sus violaciones (pocos niños están conscientes del castigo, en tanto no incurran en una violación de una regla, si lo hacen, hasta entonces lo sabrán).
- 3.- Cuando las personas aprenden las leyes, aprenden que también hay castigos para sus violaciones.
- 4.- La severidad del castigo depende de la gravedad del acto. La severidad varía según los sentimientos que tenga en ese momento quien lo aplica.
- 5.- Las leyes son más uniformes y congruentes que las reglas. Una ley es la misma para todos los miembros de un Estado, una ciudad o una nación. Las reglas varían dentro de un grupo, en el hogar hay reglas, en la escuela con los compañeros de juegos, en los deportes y a veces difieren de los líderes y los miembros del grupo.

Al educar a nuestros hijos esperamos que se conforme a las reglas, reglas y costumbres del grupo, que respete todo lo que le rodea, las cosas ajenas, ser cortés con ancianos y adultos.

El niño debe sentirse "vigilado" por una conducta socialmente aceptable, para no transgredir una regla, ley o costumbre, para ello, los seres humanos, contamos con un "vigilante silencioso" muy importante que se llama conciencia, y está en interacción con la captación de los valores morales que permitirán al niño el desarrollo de la honestidad.

²⁶ Hurlock Elizabeth. Desarrollo del Niño, Editorial Mac Graw Hill. México. Pág.412-608. P.

1.4.2 CONCIENCIA Y DESARROLLO MORAL

Cicerón y Séneca consideraron la conciencia como la voz interior que acusa y defiende nuestra conducta con respecto a sus cualidades éticas.

Para Crisipo la conciencia es la vivencia de la armonía interior. Para Adam Smith la conciencia son nuestros sentimientos hacia otros y nuestra reacción frente a la aprobación o a la censura de los demás.²⁷

La voz de la conciencia es una norma interna que controla la conducta del individuo. Para la Psicóloga Elizabeth Hurlock la conciencia es una respuesta de ansiedad condicional a ciertas situaciones y determinados actos, que se desarrolla mediante la asociación de actos agresivos con el castigo. La conducta del menor se debe controlar primordialmente por las restricciones ambientales, hay un cambio gradual que va desde los controles ambientales a los interiorizados²⁸

En páginas anteriores mencionábamos que para Hume: “ la moralidad es algo que se siente más que se juzga”. En el aprendizaje de cómo ser una persona moral está el desarrollo de sentimientos de culpabilidad y vergüenza, Aristóteles considera que se debe sentir vergüenza al violar una ley o no seguir una regla.

La vergüenza como reacción emocional desagradable de un individuo ante un juicio negativo, real o supuesto que hacen los demás sobre él da como resultado su degradación ante el grupo. Don Alfonso Reyes en su libro Cartilla Moral menciona que el hombre debe sentirse avergonzado si destruye un árbol, pintarrajea una barda, destruye su entorno sólo por un placer insano de hacerlo, por que no va de acuerdo con las normas sociales.

Para que el niño no caiga en la desestimación de la gente, es necesario que acepte las normas sobre lo correcto y lo incorrecto o el bien y el mal por sí mismo, tiene que aceptar sus obligaciones conformarse a las normas del grupo, cuando cometa una falta debe reconocerla y aceptar que hay disonancia entre su conducta y sus normas conductuales; el

²⁷ Reyes Alfonso. Los Clásicos tratados Morales. ET. AL. Editorial W. M. Jackson Inc. Impreso en USA 7ª. edición. 1974. Pág. 5-439.

²⁸ Hurlock Op. Cit. p 413-608.

niño debe sentir culpabilidad que servirá como motivación para aprender lo que espera el grupo social de ellos y conformarse a esas expectativas.

Por esto es importante proporcionar al niño normas de conducta socialmente aprobadas, motivarlo mediante la aprobación y desaprobación social. Los niños aprenden de los padres, hermanos; la familia. Por ejemplo: el niño sabe que copiar en un examen no es bueno, esto lo comprobaremos en el próximo capítulo cuando al aplicarles una encuesta nos respondan respecto a varios temas éticos.

En interacción con los demás, el niño busca la aprobación del grupo y así aprende los códigos morales y el modo como sus compañeros evalúan su conducta, ya que en caso de no acatarse, es rechazado.

Algo importante es que su grupo de amiguitos tenga normas que no difieran demasiado de las normas del hogar para no provocar disonancias en el niño.

Las normas de los compañeritos de juegos deben coincidir con las de su comunidad para que no caigan en conductas antisociales (molestar a los demás, pintarrajear bardas, destruir teléfonos.

Si el niño acepta el código moral de su comunidad, el de la escuela, el del hogar estará echando las bases para una conducta social aceptable y no una conducta social inadaptada que lo puede llevar a la delincuencia.

Jean Piaget estudió la actitud de los niños hacia las reglas del juego de canicas y encontró correlación con el desarrollo de la moral. y supone un proceso de maduración, una transición gradual de una estructura mental a otra, este desarrollo de la actitud del niño hacia las reglas, coincide con su desarrollo cognoscitivo de otras esferas, como la captación de relaciones lógicas y de conexiones causales²⁹.

²⁹ Peters R.S. Desarrollo Moral y Educación Moral. Editorial Fondo de Cultura Económica. México 1984 p 10,11-241 p.

Por lo tanto, los niveles cognitivos son muy importantes en la formación de los valores que permitirán al niño, conducirse con honestidad y respeto.

1.4.3 DESARROLLO MORAL EN EL NIÑO SEGÚN JEAN PIAGET ³⁰

En el niño el desarrollo moral se produce en dos etapas: la primera la denominó "etapa de realismo o moralidad por coacción y la segunda etapa la denominó "etapa de moralidad autónoma" o "moralidad por cooperación o reciprocidad".

En la primera etapa, la conducta de los niños se caracteriza por la obediencia automática de las reglas sin razonamiento ni juicio. Consideran a los padres y adultos con autoridad omnipotentes. En esta etapa del desarrollo moral los niños juzgan los actos como buenos o malos en relación con sus consecuencias, más que en función de las motivaciones por ejemplo, un modo de actuar se considera malo por que da como resultado un castigo.

En la segunda etapa del desarrollo moral del niño según Piaget los niños juzgan la conducta en función de su intención subyacente. Esta etapa comienza entre los 7 u 8 años de edad y se extiende hasta los 12 o más. En esta edad el concepto que los niños tienen sobre la justicia comienza a cambiar.

Las ideas rígidas e inflexibles sobre el bien y el mal, aprendidas de los padres se van modificando gradualmente. Como consecuencia de ello, los niños comienzan a tomar en consideración las circunstancias específicas relacionadas con las violaciones morales. Por ejemplo para el niño de 5 años mentir es malo, pero un niño mayor reconoce que las mentiras se justifican en algunas situaciones y por ende no es necesariamente malo.

Esta segunda etapa del desarrollo moral coincide con la "etapa de operaciones formales" también de Jean Piaget, en el desarrollo cognoscitivo, cuando los niños tienen capacidad para tomar en consideración todos los medios posibles para resolver un problema

³⁰ Strommen Op. Cit. P 57, 58-362 p.

dado razonar sobre la base de hipótesis y proposiciones. Esto les permite analizar sus problemas desde distintos puntos de vista y tomar en consideración muchos factores para su resolución”³¹

1.4.4. ETAPAS DE DESARROLLO MORAL SEGÚN LAURENCE KOHLBERG ³²

Kohlberg extendió las investigaciones de Piaget e incluyó tres niveles de desarrollo moral cada uno de los tres niveles incluye dos etapas:

Nivel 1 “moralidad preconventional” la conducta del niño se ve sometida a controles externos. En la primera etapa de este nivel, el niño se orienta a la obediencia y el castigo; la moralidad de un acto, se evalúa en función de sus consecuencias físicas (es decir por el castigo que le imponen los padres).

En la segunda etapa de este nivel, los niños se conforman a las expectativas sociales con el fin de obtener recompensas. Existe cierta reciprocidad y repartición; pero se basa en negociaciones, más que en el sentido real de la justicia.

Nivel 2 “moralidad convencional” o la de las reglas tradicionales y la conformidad.

En la primera etapa “moralidad del niño bueno”el niño se conforma a las reglas para obtener la aprobación y buenas relaciones con el grupo.

En la segunda etapa de este nivel los niños creen que, si el grupo social acepta las reglas como apropiadas para todos los miembros, se deben conformar a ellas para evitar la censura y la desaprobación de los demás.

El nivel 3 “moralidad postconvencional” o de principios autoaceptados.

En la primera etapa de este nivel el niño cree que debe haber flexibilidad en las creencias morales que hagan posible modificar y cambiar las normas, cuando esto sea conveniente para los miembros del grupo en su conjunto.

³¹ Hurlock. Op.Cit. 415-608 p.

³² Laurence Kohlberg la educación moral según. Et al Editorial Gredisa S.A. Barcelona España 1997. 24-355p.

En la segunda etapa de este nivel, las personas se conforman tanto a las normas sociales como a los ideales interiorizados, para evitar la autocondena, más que la censura social. Se trata de una moralidad basada en el respeto a otros más que en los deseos personales.

Para el desarrollo de conceptos morales el niño debe tener capacidad mental para generalizar y transferir un principio de conducta de una situación a otra y se relacionarla con situaciones dadas en las que se aprendieron.

En la medida que el niño tiene la capacidad para comprender las relaciones se unen los conceptos del bien y el mal en situaciones diferentes, aunque relacionadas y el niño reconoce un elemento común en diversas situaciones³³

Por lo anterior, en base a los estudios de Piaget y Kohlberg, el niño preescolar define la buena conducta en función de actos específicos obedecer a la madre o ayudar a otros o mala conducta el no hacer las cosas.

Según estos autores, el niño de 8 años de edad generaliza más sus conceptos, por ejemplo: se da cuenta que "robar es malo" en lugar de " es malo robarse una pelota" los conceptos generalizados que reflejan valores sociales se conocen como valores morales y estos en los niños no permanecen estáticos, cambian conforme se amplía el horizonte social de los niños, conforme se van asociando con más personas y con individuos cuyos valores difieren de los aprendidos en el hogar.

El inculcarle al niño la disciplina va en función del objetivo de enseñarle a comportarse conforme a las normas del grupo social con el que se identifica.

El niño debe aprender a regular sus impulsos y entender que hay ciertas razones para ello, luego, debe desarrollar un hábito y evaluar las reglas con las razones dadas y así realiza mentalmente su propio código. Si damos a los niños, las razones de las reglas, se le encamina a una moralidad racional y los padres, deben diferenciar los tipos de reglas.

³³ Kohlberg, Op. Cit. P 37.

1.4.5 DISCIPLINA DEMOCRATICA

Los padres esperan que sus hijos se comporten como ellos les indican, pero esto no siempre es así. Sin embargo, si éstos utilizan explicaciones, debates y razonamientos para ayudarles a los niños a comprender la razón por la que se espera que se comporten de un modo dado, es un método más educativo que utilizar el castigo.

Al dar al niño la explicación de las reglas, también se les da la oportunidad de poder expresar sus opiniones sobre ellas.

¿Que pasaría si las reglas de los padres difieren de las del grupo de amigos? Si los padres les dieran la oportunidad de explicar la razón por la que consideran no se deberían conformar las reglas que no concuerden con las de sus amigos. Si las razones de los niños parecen válidas, los padres los podrían modificar y cambiar esas reglas: estamos ante una disciplina democrática.

La disciplina democrática usa castigos y recompensas, los primeros no son muy duros comúnmente, toman formas distintas de las físicas. Se usan sólo si los niños voluntariamente se han negado a hacer lo que se espera de ellos.

Si la conducta del niño responde a las normas esperadas, los disciplinarios democráticos los recompensan y los felicitan con su aprobación.

“La filosofía de la disciplina democrática es que les enseñará a los niños a desarrollar control de su conducta, con el fin de que hagan lo correcto, aún cuando no se le amenace con castigos, si hacen lo que se supone que deben hacer”³⁴

³⁴ Ausubel David P. y Sullivan Edmund V. El Desarrollo Infantil; el desarrollo de la personalidad. Editorial Paidós. B. A. Argentina. P.83-262 p.

Este control interno sobre la conducta procede de la educación dada a los niños para que se comporten de un modo aprobado y la demostración de las recompensas que pueden obtener al hacerlo de esa forma.

Los padres abiertamente estrictos, que usan métodos duros y punitivos para alcanzar sus fines, pueden hacer que los niños se apeguen a sus normas y que sean “buenos”, pero, aunque hay cierta bondad superficial, tendrán probabilidades de tener resentimientos encubiertos que se pondrán de manifiesto tarde o temprano, haciendo que los niños realicen muchas cosas que, de otro modo no harían.

El niño sometido a una disciplina excesiva siente que el mundo es hostil y actúa en consecuencia. El exceso de rebelión contra una disciplina demasiado estricta puede conducir a la delincuencia.

Si los resentimientos del niño contra la disciplina estricta y los castigos duros, conduce a castigos más rígidos, podrán ocultarse y encontrar nuevos causes de expresión por ejemplo agresividad hacia otros niños, hacia los hermanos o a los miembros del grupo e incluso contra la autoridad.

“El castigo y el rechazo provocan temor, el miedo fomenta reacciones defensivas y éstas dan como resultado más castigos. Se trata de un círculo viciosos de desajuste. El niño vive en un mundo interpersonal de amenazas constantes. La consecuencia es la falta de felicidad y el temor”³⁵.

En general los delincuentes provienen de familias de las que reciben un ejemplo de relaciones humanas impregnadas de conflicto y tensiones. Aprenden a ver el mundo con desconfianza y a concebir a los otros seres humanos como fuente de amenazas, de castigos o de agresión.

“Una persona socialmente inadaptada que sufre de ansiedad profunda inseguridad intensa y complejo de culpabilidad; es un delincuente neurótico su conducta es una manera

³⁵ Ausubel Op. Cit. P. 80, 183.

de expresar un conflicto no resuelto desde su infancia y una manera de dar una salida a su ansiedad"³⁶

El niño que es educado dentro de la disciplina estricta pero no severa, lleva mejor socialización con otros niños ya que el control constante de padres y maestros, los lleva a comportarse de un modo socialmente adaptado; son más aceptables por sus coetáneos y los adultos que los niños a los que se les permite comportarse como les agrade.

Las técnicas de conducta tolerantes confunden a los niños y los hacen inseguros, por su apariencia limitada y su inmadurez mental les es imposible tomar decisiones respecto a la conducta, que vayan de acuerdo a las expectativas sociales y no saben qué deben o no deben hacer (anomia).

Como resultado de ello, tienen probabilidades de sentirse temerosos, ansiosos, y agresivos debido a que sus padres no les hacen caso, les tienen resentimiento por que no los orientan ni platican con ellos.

La madre o el padre de carácter débil observan por parte de la hija adolescente; agresividad, formas de conducta no aceptadas socialmente, ropa inapropiada y hasta promiscuidad. Es una forma de manifestar a los padres su desprecio a su "blandura".

Al menor se le debe enseñar que en la vida, hay ciertos límites para algunas cosas, así aprenderá a conducirse con honestidad y respeto, el control de algunas restricciones, va desde los ambientales a los interiorizados, y en este rubro entra el castigo.

1.4.6. CASTIGO

La palabra castigo proviene del latín "castigare" que significa punir. Del verbo punición³⁷.

³⁶ Sills David L. Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales. Editorial Aguilar Vol. III. Madrid, España. 1974. Págs. 443,444,445-796.

³⁷ Merani Alberto L. Enciclopedia de Psicología. Editorial Grijalva. México 1979 p.26. 270 p.

Es la imposición de una pena por cometer una falta delito o violación, como represalia al niño por haber realizado algo que ya sabía que es incorrecto y lo hizo intencionalmente.

Los castigos deben desalentar al niño para que no cometan un acto socialmente indeseable. Sirve como restricción en los niños pequeños, que no han aprendido todavía lo que es bueno o malo.

A medida que crece el niño, aprende las reglas por medio de enseñanzas verbales.

“El castigo debe tener una función educativa, debe reforzar la enseñanza verbal el niño aprende a través de la experiencia que el no respetar las reglas dará como resultado un castigo. La severidad de este ultimo depende de la gravedad de la falta”³⁸.

Por lo tanto, “las reglas sientan las bases para que el niño vaya conociendo los conceptos morales, las hay en el hogar, en la escuela, en el grupo de amigos etc. Conforme va creciendo y aumenta su capacidad intelectual comienza a ver similitudes entre los conceptos específicos los va asociando y se hacen conceptos morales generales o valores morales y así desarrollan códigos de moralidad. Descubren que es malo mentir, robar. Cuanto más similares sean las reglas para las distintas situaciones, más sencillo les será a los niños aprender los conceptos morales y a su vez códigos morales”³⁹.

En el próximo capítulo abordaremos el tema del niño y la televisión ya que creemos que este medio de comunicación le ayuda a reforzar los conceptos morales, siempre y cuando coincidan con los que le han inculcado los padres, en la escuela, y no difieran con los del grupo de amigos.

Si las reglas difieren de las del hogar, la escuela y los amigos; el aprendizaje de los conceptos morales se hace más lento por una disonancia cognoscitiva en el niño.

Creemos que la función del castigo debe ser la motivación para evitar conductas socialmente no aprobadas.

Si sólo se le castiga corporalmente (comúnmente conocido como manazo o nalgada) sin darle una razón o un por qué, entonces no se está cumpliendo con la función educativa del castigo.

³⁸ Sills . Enciclopedia de psicología. Vol. IV. Editorial Océano. Barcelona, España p.36. 204 p.

³⁹ Hurlock. Op. Cit. P.421

El castigo corporal se debe aplicar durante el acto prohibido para que el niño asocie las dos cosas y comprenda la razón de la prohibición. El castigo después del acto hace que se pierda el valor educativo y el niño acumule resentimientos.

Igualmente, creemos que la severidad del castigo debe ser regulado según la gravedad de la mala acción, y puede ser también educativo.

El castigo debe ir en relación directa con el acto.

El castigo debe enseñar al niño que la sociedad no tolera ciertos patrones conductuales, pero no debe despertar resentimientos que destruyan la motivación del niño para aplicar el aprendizaje en la práctica.

Es importante que los progenitores no se excedan en el castigo, ya que una educación demasiado rígida puede desembocar en resentimientos y frustraciones, que desorienten al menor hacia la deshonestidad y la delincuencia.

La psicóloga Elizabeth Hurlock considera que el castigo si no es bien aplicado, puede dañar emocionalmente al niño y elaboró las siguientes recomendaciones:⁴⁰

1. Los castigos deben ser adecuados para las faltas y seguir a éstas tan pronto como sea posible, para que el niño asocie ambas cosas. Si el pequeño tira alimentos al suelo, en un berrinche, se le deberá obligar a limpiarlo inmediatamente.
2. El castigo utilizado debe ser congruente, el niño debe saber que siempre que viole una regla, el castigo será inevitable.
3. Sea cual sea la forma de castigo que se utilice, deberá ser impersonal para que el niño no lo interprete como una "crueldad" por parte de quien lo aplica.
4. El castigo tiene que ser constructivo para motivar conductas socialmente aprobadas.
5. Al castigo debe acompañar una explicación de la razón para él, con el fin de que los niños entiendan que es algo justo.
6. El castigo debe conducir al desarrollo de la conciencia para garantizar el control interno de la conducta en el futuro.
7. El castigo no debe humillar al niño, ni provocar resentimientos.

⁴⁰ Hurlock. Op. Cit. P 429.

Acatarse a realizar algo, por que va a recibir otra cosa a cambio, es el principio para que el niño sepa que existe lo "correcto" y lo "incorrecto", esto se da en el primer nivel del desarrollo moral, cuando el niño es muy pequeño (3 a 5 años). Posteriormente, hacia los 8 años, el niño quiere ser "bueno" y obtendrá como recompensa la aceptación del círculo donde se desenvuelve.

1.4.7 RECOMPENSAS

Es el aprecio de una realización, no toma la forma de una posesión material, pero si una palabra de alabanza, una sonrisa, o una palmadita en la espalda.

"La recompensa sigue a la realización de un acto bueno. Un soborno es una promesa de recompensa que se usa para inducir un acto, se da antes del acto, en lugar de después de el como en el caso de las recompensas"⁴¹

Las recompensas pueden enseñar al niño a conducirse de un modo socialmente aprobado. Tienen valor educativo, si se aprueba un acto el niño sabrá que es bueno.

Al igual que el castigo; si se hacen variar las recompensas en su intensidad, para conformar el nivel de esfuerzo que dedica el niño a su comportamiento y responda a las normas socialmente aprobadas aumentará el valor educativo de esas recompensas.

Las recompensas sirven como motivaciones para repetir conductas socialmente aprobadas. El niño tratará de comportarse en el futuro de un modo que le permita obtener esos premios.

Las recompensas deberán utilizarse sólo para establecer asociaciones agradables con las conductas deseadas.

El papel de la recompensa es motivar al niño para que haga lo que se considera socialmente deseable. En tanto que el castigo desanima al niño para que no caiga en conductas no aprobadas en lo social.

⁴¹ Hurlock. Op. Cit. P 430-

"En la psicología del aprendizaje, la recompensa es el estímulo positivo que en contingencia con una conducta aumenta la probabilidad de que dicha conducta se repita en el futuro. La recompensa es el estímulo incondicionado que puede usarse como base inicial para generar aprendizajes"⁴²

Ante todo, los padres debemos ser congruentes con recompensas y castigos, de lo contrario el niño se confundirá y no sabrá que hacer en casos parecidos. Por lo general estos dependen del estado de ánimo en que se encuentren los progenitores o educadores del menor.

Esa subjetividad debe atenuarse si hay congruencia en las reglas utilizadas como lineamientos para el comportamiento, en el modo en que les enseñan y aplican esas reglas, en los castigos por la falta de conformidad y en las recompensas por la conformidad.

Si un día al niño se le castiga por algo y al otro día no se le hace caso si hace lo mismo. El reforzamiento se perderá, no sabrá distinguir entre lo bueno y lo malo.

El reforzamiento tiene valor educativo si las reglas son congruentes.

Si los niños descubren que las recompensas son seguidas de conductas apropiadas y los castigos a las prohibidas, evitarán los actos prohibidos y se dedicarán a los aprobados.

La congruencia fomenta el respeto hacia las reglas y las personas con autoridad. La madre no debería dejarse persuadir por lágrimas y suplicas del menor.

La congruencia acelera el proceso de aprendizaje y les ayuda a los niños a aprender reglas y combinarlas en un código moral.

Si la disciplina es congruente, el niño se verá motivado a comportarse según las normas aprobadas socialmente. Comprobarán que les conviene comportarse de un modo aprobado por las recompensas que superan cualquier placer temporal que les pueda proporcionar la mala conducta.

⁴² Ibid. P 431.

Así tienen menos probabilidad de convertirse en delincuentes, que aquellos niños de las cifras de la delincuencia cuya disciplina es totalmente incongruente.

RESUMEN

Es importante enseñar al niño normas de conducta socialmente aceptadas, motivarlo mediante la aprobación y desaprobación de las normas, reglas y leyes de la sociedad en que se desenvuelve. Los niños aprenden todo desde el seno familiar.

A veces el castigo puede tener una función educativa, debe reforzar la enseñanza verbal, el niño aprende a través de la experiencia que el no respetar las reglas tendrá como consecuencia una llamada de atención y si incurre en lo mismo, de forma deliberada, entonces vendrá como consecuencia el castigo; el acatamiento de las reglas, y las normas de conducta sientan las bases para que el niño vaya conociendo los conceptos morales, las hay en el hogar, en la escuela, con el grupo de amiguitos, etc. Conforme vaya creciendo y aumente su capacidad intelectual comienza a ver similitudes entre los conceptos específicos, los va asociando y se hacen conceptos morales generales o valores morales y así se desarrollan los códigos de moralidad en el niño.

En el desarrollo moral infantil, los valores le ayudan a ordenar el mundo en función de su participación en él, lo orientan hacia su medio cultural, influyen en el contenido de sus percepciones y lo sensibilizan para percibir ciertas clases de objetos y relaciones: todo ello a nivel cognitivo.

La televisión en su culto al héroe puede influir en las clases de valores que el niño interioriza, por ejemplo: afectar el potencial inhibitorio de la obligación moral y el desarrollo de sentimientos de culpa o de vergüenza que pueden llevar al niño a realizar o no un acto no aprobado.

El primer efecto de la televisión en el niño es el proceso de identificación con los superhéroes como Batman, Spiderman, Superman, por citar sólo algunos; presentan a la violencia y crueldad como actitudes dignas de elogio. Algunos programas de televisión presentan sugestivamente información para ejecutar actos criminales; pero según las enseñanzas y la formación que les transmitan sus educadores, el niño podrá resistir la tentación de realizar actos socialmente no aprobados como: robar, mentir, faltar al respeto, ser cortés etc.

CAPITULO II

TEORIA SOBRE LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LOS NIÑOS. Y TEORIA DE LOS USOS Y GRATIFICACIONES DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS

En el primer mensaje que habla de honestidad emitido por (Televisión Vía Satélite) la protagonista es una niña de aproximadamente 8 años de edad, y en los siguientes mensajes, también aparecen niños de alrededor de esa edad. Consideramos al niño una fuente de información muy importante, ya que cognitivamente está preparado para procesar usar y enviar esa información; la comunicación es un sector importantísimo de la psicología. Las teorías de la comunicación tienen relación con el estudio de la conducta y viceversa. Parte de la conducta está relacionada con el envío, transmisión y recepción de los mensajes. Por ello, le dedicamos un espacio a la psicología de la comunicación ya que la intención del mensaje que habla de honestidad y valores, pretende o supone un cambio de conducta del espectador.

2. PSICOLOGIA DE LA COMUNICACIÓN

“Las relaciones entre Ciencia de la Comunicación y Ciencia de la Psicología se han expandido gracias al desarrollo de un modo de medir la información y una teoría cada vez más general que podemos decir que todo artificio sea humano, eléctrico o mecánico debe conformarse a la teoría para poder cumplir la función de comunicación. Hoy podemos ver al hombre como una fuente de información o un canal a través del cual puede fluir la información”¹.

En esta investigación nuestro artificio es el niño de ocho años de edad para hacer fluir la información. Una vertiente de la psicología es la conducta, misma que trataremos de conocer a través de la pregunta al menor si devolvería un billete si ve que a alguien se le cayó, el niño nos dirá con ejemplos cotidianos si mentir es malo y por qué, nos dirá con quien se identifica y quien le ha enseñado los valores si los conoce ya.

¹ Psicología de la Comunicación. Miller George A. Editorial Paidós, Barcelona España. 1980. 45-155 p.

Los psicólogos reconocen que parte de la conducta está relacionada con el envío, transmisión y recepción de los mensajes. Sólo el hombre tiene la capacidad de recoger, procesar y usar información así es capaz de aprender sistemas de codificación y de organizar su conducta social comunicándose con otros seres humanos, la comunicación es un sector importantísimo para la psicología, la teoría de la comunicación tiene consecuencia para el estudio de la conducta humana y viceversa.

Nuestro niño de 8 años es un canal de comunicación por que está dando a través de nuestro cuestionario una salida a la información que recibió de la televisión y ya procesó.

El don de nuestro niño como componente de un sistema de comunicación consiste en su capacidad de descubrir nuevas formas de transformar o recodificar la información que recibe. Tomamos información la traducimos a formas alternativas buscando maneras de transformar un fenómeno nuevo o extraño en otros más simples y familiares: a ésta búsqueda la llamamos pensamiento; si tenemos éxito la llamamos comprensión.

¿Qué es la comunicación? ¿Cuál es su naturaleza? ¿Cuál es su propósito? "La comunicación se refiere al uso deliberado, intencional, de complejos simbólicos físicos, con el propósito de transmitir significados específicos en la mente de otro ser humano"²

En el estudio de la comunicación humana es muy importante la función psicológica, es decir, la elicitación del significado a que apunta y el significado se refiere a las ideas. Una investigación sobre comunicación es una búsqueda de conocimiento respecto de la mente, como resultado de su exposición a estímulos físicos. En la presente investigación el propósito de nuestro emisor es hacer reflexionar al receptor que sí vale la pena ser honesto, respetuoso, generoso y responsable y sugiere que los valores morales deben ser retomados para su cotidianeidad, y lograr a largo plazo que el niño actúe mejor que las personas que ve en pantalla mismas con las que algunas veces se identificará y otras sólo se proyectará.

La comunicación es un proceso mental-físico cuya función es transmitir voluntariamente un significado. Es una relación entre algo mental (ideas) y algo físico (percepciones, imágenes televisión). Sus expresiones incluyen la relación entre ideas específicas que Fundación Televisa como emisor trata de comunicar y el juego de palabras "¿Tienes el valor o te vale?" como vehículo del propósito de afectar la conducta del

² Steward Daniel K Psicología de la Comunicación. Teoría y Análisis. Editorial Paidós. Buenos Aires Argentina 2ª. edición 1973 37-242 p.

receptor para que se oriente al manejo futuro de quien está expuesto al mensaje de conducirse con honestidad, respeto, generosidad, y responsabilidad con sus coetáneos.

Si la idea específica de la comunicación de ideas no existen en la mente de los niños, aunque Fundación emita mensajes muy elaborados y artísticamente diseñados no logrará cumplir su función es decir el niño deberá contener en su mente ya procesada, información previa de valores morales -transmitidos por sus educadores-para que al ser expuesto a los mensajes de Fundación (su emisor) los comprenda claramente, sólo así se da el proceso de reforzamiento de aprendizaje, ¿cómo va a aprender algo que no ha oído mencionar?

En cuanto a Teoría de la Comunicación es importante que el receptor conozca el tema que se está transmitiendo, además el mensaje debe acercar a sus intérpretes o receptores a una comprensión correcta.

La comprensión del mensaje "Tienes el valor o te vale" implica el hecho psicológico de que ha ocurrido la comunicación de las ideas de honestidad, respeto, generosidad y responsabilidad, la idea no se comprende en forma aislada, tiene que haber vinculación de ideas, un sistema de pensamiento con disposición de la mente; un sistema de explicación. "La relación entre mensaje y comprensión apunta hacia un análisis de la relación entre un sistema de pensamiento, un sistema de explicación y la comprensión. Un sistema de pensamiento es una disposición coherente y ordenada de ideas o creencias respecto de un tema ³". Un sistema de explicación es un sistema de pensamiento expresado mediante símbolos físicos de alguna clase (en televisión, imágenes y palabras). Así un sistema de explicación es una matriz más o menos ordenada lógicamente de símbolos físicos.

Si los niños memorizan los mensajes de Fundación y se aprendieran la música, tampoco sería una comprensión total. "Explicación" = sistema de explicación es algo físico una serie de palabras y oraciones. "Comprender" es algo psicológico, se refiere a cierto estado de la mente de algún intérprete son dos fenómenos implicados en el proceso de comunicación. "Solamente si los complejos simbólicos cuentan un relato o realmente transmiten el mensaje; las ideas de estas explicaciones han sido comunicadas, cuando alguien afirma "sinceramente comprendo" sólo así las ideas tienen significado para el intérprete. ¿Cómo podemos saber si el niño ha comprendido el mensaje? Mediante el cuestionario de interpretación nuestro niño de 8 años puede producir físicamente un sistema

³ Miller Op. Cit.p. 57

de explicación equivalente desde el punto de vista lógico y realizar deducciones o inferencias válidas a partir de él.

Esquema de la naturaleza de la comunicación Humana

Estructura general de la comunicación humana⁴

Sist. de pensamiento Ra	Sist. de explicación Rb	Sist. pensamiento
Mente 1		mente 2
Hablante	Complejos simbólicos físicos	Intérprete

1.- Ra y Rb son fuentes de error (puede ser ruido o confusión lo que puede dar lugar a no comprensión del mensaje)

2.- Un hablante posee un significado que desea comunicar a un intérprete o intérpretes. Este significado existe en algún sistema de pensamiento poseído por el hablante. Este construye un complejo simbólico físico (imágenes y palabras en televisión) pretendiendo: a) que dicho complejo represente el mensaje, y b) que el intérprete o receptor sea capaz de interpretar el mensaje. Si de hecho el intérprete ha captado y comprendido el mensaje entonces ha ocurrido la comunicación. El referente o el objeto de la comprensión es una unidad de significado.

El niño no reacciona aisladamente ante un estímulo que emite un medio de comunicación de masas (la televisión), sino que más bien reacciona y actúa con otros, es importante en todo estudio de comunicación tener en cuenta las relaciones sociales, normas culturales e interrelaciones entre individuos y líderes de opinión para saber enfocamos a la interpretación del mensaje en el menor. Pensemos en la fórmula clásica de Harold Laswell⁵

⁴ Steward Op. Cit. p. 61.

⁵ De Moragas Spá Miquel. Sociología de la Comunicación de Masas. Et Al. Editorial Gustavo Gilli S.A. Barcelona España 3ª- edición 59-613 p.

Quien	dijo que	en que canal	a quien	con que efecto
Los educadores	normas	mass media	los adultos	modificar su conducta
Del niño	reglas	comunicación interpersonal		de carente
La escuela	costumbres	Televisión	a los niños	valores a otra
Los compañeritos	desarrollo	mensaje sobre		mas aceptable
Fundación Televisa	físico y mental	Valores		socialmente.

Tanto niños como adultos reaccionan ante el medio de comunicación con otros estímulos para que de manera conjunta den una respuesta al estímulo (un mensaje sobre valores) para que modifiquen su conducta.

Este esquema será eficaz a través de la televisión y la comunicación interpersonal. Wilbur Schramm definió a Harold Lasswell a Carl Hovland y a Kurt Lewin como los padres fundadores de la "communication research" a Laswell por sus estudios de técnicas de persuasión durante la Primera Guerra Mundial y consideró que entre todos los progresos del niño es muy importante el poder del lenguaje, al conferirle un valor importante a éste en el desarrollo del niño, comprende la importancia de lo mágico y de las palabras mágicas que posee la sociedad de masas. Al mitificar Fundación Televisa los valores morales les otorga símbolos-clave "la honestidad es un valor único", "el respeto es un valor único" "por que tenemos que hacer algo" "televisa trabaja por los valores de los niños" dan un significado a la convivencia social ofrecer una experiencia común a todos los ciudadanos, facilitar instrumentos de identificación (con el niño que al final del mensaje pregunta "Tienes el valor o te vale" a los adultos la identificación se da al mostrar imágenes de personas en diversas circunstancias, en el trabajo, en la calle, en una tienda, en un "antro" etc.)

Los psicólogos Carl Hovland y Kurt Lewin junto con Paul F. Lazarsfeld iniciaron el modelo del flujo de la comunicación y cuestionaron la unidireccionalidad de los medios; así nos encontramos en pleno conductismo "las opiniones son consideradas como respuestas verbales que da el individuo en respuesta a situaciones-estímulo en las que se plantean preguntas generales⁶". Esta opinión tiene un enfoque psicológico en el estudio de actitudes

⁶ Moragas Op. Cit.p 61.

y opiniones individuales, que nos pueden llevar al estudio de interpretación de mensajes unidireccionales.

"Tienes el valor o te vale" nos parece puede ser eficaz en su interpretación en el niño de 8 años de edad debido a que se presenta el punto de vista de los antivalores es decir, al presentar ambos puntos de vista el del valor y el antivalor (ver pág. 110 de este trabajo) que hace un contraste podría permitir así reforzar los valores en el niño y pretender el ansiado cambio de conducta.

Por su parte Kurt Lewin fue de los primeros en llegar a la definición del concepto de "realidad social" al mostrarnos la influencia ejercida por el grupo sobre los mismos procesos perceptivos. "En cuanto a memoria y sobre la influencia del grupo de socialización sobre el niño, demuestra que su realidad está determinada por lo que socialmente es aceptado como realidad⁷."

Lo que el niño ve en pantalla referente a valores y antivalores (en actitudes de los personajes: una secretaria queriéndose comer su "lunch" pero su jefe la " interrumpe" con una llamada telefónica, un abarrotero en su tienda dice "ahorita la atiendo" y sólo pierde el tiempo) es aceptado como una realidad y es aplicable a hechos físicos (una niña que devuelve un monedero, un adolescente que se roba unos "tapones", personas que se roban la luz, adolescentes que se faltan al respeto en un microbús una le llama naco, este la llama fresa, unos adolescentes envueltos en alcohol y drogas en un "antro" etc.) Fundación Televisa los muestra como una realidad.

El niño vincula su manera de ver las cosas a su realidad social también ésta tendencia se da en el grupo de socialización del niño para alcanzar la homogeneidad, si las normas del grupo son estables y compartidas para todos los sujetos, en este caso no es necesario "persuadir" ni crear normas, ya están dadas y nada hará cambiar la opinión del grupo ni de cada uno de sus integrantes. Un intento para cambiar una opinión o una actitud individual no puede tener éxito si el sujeto comparte su opinión con otros, a los que esté vinculado y que no estén de acuerdo con un cambio. Es más probable que una tentativa de cambiar una opinión o actitud con otros, el sujeto busque en los demás un consenso importante para el cambio de opinión⁸

⁷ Ibid p 63.

⁸ Ibid p 57.

Los mass media por sí solos no van a modificar el cambio de conducta en el espectador, influyen medios externos como la familia, la escuela, los amigos etc. Fundación Televisa pretende a través de la reflexión modificar la conducta de la población en general, de una conducta sin valores, corrupta hacia una más recta, cambios de actitud hacia los valores y la no corrupción. Para Lazarsfeld no habrá cambio de conducta si sólo una persona tiene la idea de cambio y los que lo rodean no comparten sus ideas con él.

Los adultos ya tienen definidas sus opiniones y en base a ellas se conducen por la vida, es difícil cambiar su conducta, para que nuestro niño de 8 años de edad interprete el mensaje de acuerdo a la intención de la Fundación que lo emite, es necesario que ya los tenga registrados en su mente, posteriormente, ya sólo retomará esa información y dependiendo de las circunstancias y de su entorno los aplicará.

En Fundación Televisa tienen presente la función que ejercen los padres como líderes de opinión en el niño. En el adulto el mensaje sirve como "reforzador" de sus valores y comprenderá el mensajero así en comparación con quienes no tienen muy claro el aprendizaje de los valores en su infancia. El mensaje hace una invitación al niño para que también los maneje con su grupo de amigos, en socialización con su mundo real.

2.1 EL INVENTO DE LA TELEVISIÓN

El significado etimológico de la palabra televisión es; visión a distancia. En 1609 el sabio italiano Galileo Galilei construyó el primer artefacto televisor que ha pasado a la historia con el nombre de anteojo. Sin embargo, el poder televisor del anteojo se hallaba ligado a condiciones atmosféricas, de modo que su eficacia no era plenamente satisfactoria.

La televisión nació del progreso de la electricidad aplicada y su primera piedra fue puesta por casualidad en 1873 por un telegrafista de Valencia apellidado May.

"En cierta ocasión observó May que al pasar por delante de su estación telegráfica, las agujas de los instrumentos de medición oscilaron violentamente. El fenómeno después de repetirlo varias veces, dio por resultado que aquellas alteraciones eran debidas a que al caminar se interponía entre la luz solar y las resistencias del equipo telegráfico, que estaban

fabricados con selenio, un metal descubierto por Berzelius en 1817. Pronto se averiguó que el número de electrones emitidos por la sustancia era proporcional a la intensidad de la luz incidente, los metales eran capaces de generar una corriente eléctrica, cuya intensidad variaba de acuerdo con la luz incidente⁹.

Se establecieron analogías entre los metales y el funcionamiento del ojo humano dotado en su parte interna de un mosaico de células sensibles a la luz, llamados conos y bastoncillos, que al recibir una impresión luminosa envían una corriente nerviosa al cerebro a través del nervio óptico."La analogía aunque imperfecta tenía su base. Fabricando un mosaico de células de selenio, a guisa de ojo, y un mosaico de bombillas de incandescencia, alcanzados entre sí por unos conductores (que vendrían a ser algo así como el nervio óptico) se podría reproducir por medios eléctricos el mecanismo de la visión. Esto lo hizo G.R. Carey en 1875¹⁰.

Todas estas búsquedas fueron el preludio al primer sistema de televisión mecánica que inventó el alemán Paúl Nipkow en 1883, cuando contaba con 23 años de edad. Construyó un disco perforado con pequeños orificios formando una espiral con centro en el del disco. De este modo al girar el disco ante una imagen, un observador situado al otro lado, veía a través de los orificios, la imagen era descompuesta en sucesivas franjas horizontales. Este analizador mecánico se colocaba entre la imagen y un elemento sensible de selenio, de modo que el elemento fotosensible fuera recibiendo una iluminación variable, de acuerdo con las tonalidades diferentes de los puntos de la imagen, descompuesta en líneas horizontales por el disco giratorio.

El selenio transformaba la diferente luminosidad recibida en una corriente eléctrica de intensidad fluctuante que era transmitida al receptor. Este constaba de una fuente luminosa alimentada por la corriente fluctuante del transmisor y de un disco perforado sincronizado con el del aparato emisor. El espectador se sentaba ante el disco y en sus ojos se formaba, debido a la inercia retiniana, la imagen borrosa e imprecisa de la imagen que se transmitía. Nipkow descomponía en 1884 la imagen en 60 líneas horizontales a una velocidad de 20 imágenes por segundo. Actualmente la imagen tiene 200 mil puntos de luz.

⁹ Guajardo Horacio. Teoría de la Comunicación Social. Ediciones Gernika 4ª. edición 1986 México 46-155 p.

¹⁰ Guajardo Op. Cit. p47.

La primera transmisión de televisión fue el 26 de enero de 1926, en Londres, por John Logie Baird. En agosto de 1928 el gobernador electo de Nueva York, Alfred Smith, pronunció un discurso político por televisión. El desarrollo de la televisión se fincó en la electrónica.

Los rayos x descubiertos por Roentgen, el oscilógrafo aportado por Braun y los perfeccionamientos de De forest y de Zworkyn, impulsaron las técnicas de la televisión.

Este es el proceso de la televisión:

En la estación emisora se proyecta la imagen que se desea retransmitir sobre un mosaico formado por apretadas y minúsculas células eléctricas, ello hace que en cada una de éstas pequeñas células aparezcan una carga eléctrica de diversa intensidad según la tonalidad luminosa del punto de que la imagen que le corresponde.

“Una vez así descompuesta la imagen es necesario transmitir por medio de las ondas, una especie de código o narración eléctrica comunicando al equipo receptor la diferente iluminación de cada punto de la imagen, de un modo ordenado, a fin de que el receptor la pueda recomponer en su pantalla”.

“Para conseguir esto, se hace que un rayo electrónico explore los puntos sucesivos de la imagen mediante unos rápidos barridos en sucesivas líneas horizontales de izquierda a derecha y de arriba abajo. Este barrido o exploración de los diferentes puntos se hace a gran velocidad. Una imagen recorrida por el rayo y dividido en 625 líneas de exploración quearezca y desaparezca 25 veces cada segundo en la pantalla, representa que el pincel electrónico ha recorrido en 1 segundo 15 mil 625 líneas.

Este rayo explorador es como el vehículo que va recogiendo información de cada uno de los puntos de luz para transmitirlo al equipo receptor, en donde un tubo de Braun recompone la imagen siguiendo las directrices que recibe a través de la antena receptora. Para que esto sea posible, es fundamental que los movimientos de los pinceles electrónicos de ambos tubos, del transmisor y del receptor, se muevan de un modo sincronizado.¹¹”

El principal empleo de la televisión está en el hogar como entretenimiento al grado de la enajenación que modifica costumbres de la sociedad. El sistema de circuito cerrado se extiende en la escuela, bancos, fábricas, aeropuertos, supermercados etc.

¹¹ Guajardo Op. Cit p 48.

2.1.1 EL NIÑO Y LA TELEVISION

La identificación es un elemento importante del poder de persuasión de los medios masivos de comunicación, en el caso de la televisión el proceso es doblemente activo por el uso de la imagen, el movimiento y la repetición.

Ante la televisión el niño está indefenso ya que no tiene capacidad crítica. La imagen visual suplanta sensorialmente a la abstracción y conceptualización natural de su proceso cognitivo.

La televisión sólo es enriquecedora cuando activa el movimiento de la reflexión crítica y del pensamiento intelectual; el proceso de la imagen en secuencia, desarrolla en el niño el movimiento mental.

"El predominio de movimiento visual hace que el niño ajuste sus capacidades mentales. La imagen en movimiento permite a la televisión ser un medio adecuado para enseñar al niño tareas de habilidad física. Le permite insertarse en el mundo exterior e incluye el mundo de los valores no materiales y tangibles¹²".

Los efectos nocivos que la televisión puede ejercer sobre los niños no son intrínsecos a los propios medios, sino que proceden de la manera de usarlos; mucho se ha hablado del contenido de los programas de televisión y del efecto negativo sobre las actitudes infantiles.

La publicidad hace que el niño pida lo que los patrocinadores venden, para ser como los niños que ven en la pantalla, para conseguir el mismo "status", por eso el niño está indefenso ante los efectos de la televisión.

El niño que pasa mucho tiempo frente a la televisión se vuelve pasivo, lo paraliza; los padres, debemos guiar a los niños en su contemplación y enseñarles a adoptar una actitud crítica con respecto a lo que ven.

La televisión si es sensatamente utilizada puede poseer potencial positivo de aprendizaje y desarrollo, puede proporcionar al niño capacidades mentales parecidas a la

¹² Marks Greenfield Patricia El niño y los Medios de Comunicación. Ediciones Morata S.A. Madrid España 1984 49-243 p.

lectura y la escritura. Es un medio importante para transmitir información a los niños por su característica de movimiento en secuencia.

La tarea de los padres es evitar que el niño vea programas perniciosos para ellos, animarles a contemplar otros que valgan la pena, contrarrestar un poco la unilateralidad de la televisión con puntos de vista entre padres e hijos y enseñarles a desarrollar su capacidad crítica, para que puedan diferenciar por ejemplo: entre fantasía y realidad.

Los padres o educadores deben limitar el tiempo de exposición infantil ante la televisión. En Estados Unidos se limitó el tiempo de ver televisión a niños de 6 años y se observó un cambio de comportamiento de impulsivo a otro más reflexivo, y dio lugar a un incremento en el Coeficiente Intelectual"¹³.

Es importante que los comunicólogos y publicistas comprendan que pueden ayudar a convertir a la televisión en una fuerza constructiva para la vida infantil.

Según la psicóloga Patricia Marks Greenfield el movimiento en la pantalla atrae la atención del niño le ayuda a recordar la acción de una historia o programa, puede facilitarle el aprendizaje de determinados procesos y puede prestar ayuda en la enseñanza de capacidades físicas.

Un principio piagetiano indica que para aprender algo nuevo, es preciso relacionarlo con algo que ya se conoce (cotidiano) La repetición refuerza el aprendizaje y la televisión repite muchas cosas, ¿por qué-colegas comunicólogos- no utilizar este medio para reforzar los valores universales en el niño?

Resalto nuevamente la importancia de transformar la televisión de un medio pasivo a convertirse en un medio activo para explotar su potencial docente.

Para que un programa infantil promueva la capacidad crítica y creadora del niño, el presentador del programa puede hacer directamente preguntas al niño que lo está viendo, con las secuencias el presentador (a) expone ideas para realizar juegos, hacer cosas y se les debe dar tiempo para contestar.

Sin embargo, por cuestiones de tiempo y patrocinio\$\$\$\$ es difícil que el niño participe en un juego o realice algo mientras lo ve en televisión. Lo importante en este punto es que el niño realice las actividades estimuladas de un programa televisivo pero después de verlo, no mientras lo ve, aquí entran los padres con su estímulo y su interés por

¹³ Marks Op. Cit. p 29.

desarrollar la capacidad crítica y creadora para tratar de contrarrestar un poco la unidireccionalidad de la televisión.

Lo ideal sería que el niño recibiera mensajes cognitivos televisivos y programas instructivos, que los padres eviten la exposición a programas con contenido nocivo.

Tampoco hay que dedicar muchas horas a la televisión por muy valioso que sea su contenido, el aprendizaje del niño también es fomentado a través del juego; lo lúdico. El juego le resta pasividad ante la televisión, le permite utilizar la imaginación.

¿Cómo interpretan los niños los mensajes sociales que ven en televisión?

La televisión puede reforzar y modificar estereotipos sociales; puede utilizarse para reforzar valores como el respeto, amistad, generosidad, valentía etc. Escuela y televisión pueden realizar una labor educativa.

Los publicistas pueden tomar los valores morales en sus mensajes y no ser tan nocivos sino constructivos, finalmente, ellos también tienen hijos y están igualmente expuestos a los mensajes de la televisión.

En las universidades también se puede influir sobre los estudiantes de comunicación para que adopten una nueva aptitud respecto a la publicidad.

El poder de la televisión puede ser utilizado también para proporcionar a niños y adultos una imagen positiva de la vida. Ya que ejerce un poderoso efecto sobre el modo de contemplar los niños el mundo social.

2.1.2 IDENTIFICACIÓN CON LOS PERSONAJES DE LA TELEVISIÓN.

El niño se "pierde a sí mismo" en la pantalla, se convierte en el personaje; la psicóloga Patricia Marks Greenfield ¹⁴ asegura que los niños asemejan a cada uno de los personajes con alguien conocido de ellos, pueden predecir lo que el héroe o el villano haría a continuación, pueden utilizar las similitudes entre los personajes y las personas reales, para establecer generalizaciones sobre las reglas (sobre todo si ya las escuchó antes de sus padres) y las regularidades del comportamiento humano (que puede transmitir a su grupo de amiguitos)

¹⁴ Marks Op. Cit. P 76.

El niño imita a los personajes de la televisión.

La Doctora Marks asegura que al día siguiente de la transmisión del capítulo de la serie "Happy Days " en el que Fonzie (el protagonista) tramitó su credencial para el uso de la biblioteca, se produjo un aumento al quíntuple en el número de lectores en las bibliotecas de Estados Unidos. Detalles como éste, en programas de entretenimiento, pueden ejercer un efecto positivo en el comportamiento del niño, sin exigir ningún cambio básico en la naturaleza de los espacios televisivos.

Una hipótesis en el presente trabajo es: que al contemplar el niño conductas sociales positivas en la televisión éstas influyen para que él también actúe mejor desde el punto de vista social. No olvidemos lo importante que es el desarrollo del niño en su adaptación al grupo.

2.1.3 LA PARADOJA

La realidad social del niño es su papel como consumidor. Vivimos en un sistema de consumo. La televisión es comercial, vende sus espacios para la publicidad de productos.

Futuros comunicólogos: ¿es posible hacer publicidad y promover valores morales a la vez? Si se quiere se puede.

El niño recuerda frases como "hot-wheels marca el camino" y trata de convencer a sus padres para que le compren un carrito como esos que vió en la televisión. Mi propuesta es que aquí en México en colaboración con la SEP a través de cursillos pequeños, se les enseñe a los niños el propósito y la naturaleza de la publicidad, para que adopten sus propias decisiones como consumidores.

Desde el punto de vista Piagetiano a los 8 años de edad el niño tiene la suficiente madurez cognoscitiva para desarrollar su capacidad crítica y contrarrestar el efecto de la publicidad.

2.1.4 LA TELEVISIÓN COMO REALIDAD

Debido a que la televisión presenta acciones propias de la vida es un medio seductor para transformar la fantasía en realidad. Los niños muy pequeños (3 a 5 años de edad) son más receptivos para los mensajes de los medios que los de más edad (8 años) debido a que estos últimos generalizan más sus conceptos, se dan cuenta que "robar es malo" en lugar de "es malo robarse una pelota", los conceptos generalizados que reflejan valores sociales se conocen como "valores morales" y estos en los niños, no son estáticos, cambian conforme se amplía su horizonte social, conforme se van asociando con más personas y con individuos cuyos valores difieren de los aprendidos en el hogar.

En Estados Unidos proyectaron anuncios no sexistas a niños de ambos sexos, de 8, 10, y 13 años de edad. Tras ver dichos espacios los niños y niñas de 8 y 10 años aprobaron papeles menos tradicionales para la mujer. Pero los niños varones de 13 años de edad se mostraron partidarios de una atribución más intensa aún de los papeles tradicionales a la mujer. A esa edad ya tienen consolidadas sus identidades masculinas y vieron amenazador el mensaje."¹⁵

El niño, a los 13 años de edad ya tiene definidos ciertos aspectos de su personalidad, por lo tanto, a los 8 ya puede hacer interconexión con la realidad y lo que ve en la pantalla.

Si los padres ven televisión con sus hijos desarrollan su capacidad crítica y creadora ya que al fungir como líderes de opinión pueden influir en la captación de los valores morales intrínsecos en el mensaje.

Aunque no todos los padres estén de acuerdo sobre los valores morales que deseen enseñar a sus hijos, los deben socializar conforme al conjunto de los valores universales: prudencia, amistad, responsabilidad y deber, fortaleza, amor, lealtad, libertad, caridad y filantropía, justicia, igualdad, templanza y veracidad. No olvidemos que somos "entes" sociales, por lo tanto, debemos asegurar la sana convivencia con la sociedad. Además como dice Aristóteles el hombre debe tratar de ejercitar su virtud potencial, su conciencia

¹⁵ Ibid. P. 88

humanista, desarrollar su capacidad inherente de irradiar su propio poder, con el que se vincula con el mundo, y lo convierte en realmente suyo, asegurando así no caer en la desestimación de la gente, evitar sentirse rechazado, y desarrollar todos sus poderes capacidades de amar, ser libre y no temer a la libertad de ser un hombre; un animal con conciencia humanista.

2.2. INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LOS NIÑOS

Recordemos una vez más que en este trabajo, consideramos a la televisión como un medio de comunicación social potentísimo pero que no depende de sí mismo, sino de cómo utilizarlo. Además ayuda al niño a insertarse en el mundo exterior.

La Doctora Eleanor E. Maccoby asegura que el tiempo que los niños dedican a la televisión varía de dos horas al día, a la edad de 5 años y cerca de 3 horas al día los niños de 12 a 14 años de edad, los programas eligen son los de entretenimiento, más que los culturales sus favoritos son caricaturas, aventuras del oeste, dramas de animales y crímenes (los de 12 a 14 catorce años) y comedias familiares.

“En los preescolares que ven televisión se observan vocabularios más variados que los niños que no ven televisión, pero ésta diferencia de vocabulario desaparece bajo el efecto de la educación escolar, el entorno, el barrio, las pandillas, en fin, el medio y la deficiente educación en el hogar, son influencias más potentes en el hecho de que un niño se convierta en buen o mal ciudadano que cualquier cantidad de programas de televisión¹⁶”

Si ver programas agresivos sirve para estimular en cierto grado los impulsos agresivos de los niños por lo tanto, la publicidad y los programas de entretenimiento para niños, deben contener mensajes que refuercen los valores universales como: prudencia, amistad, responsabilidad, deber, fortaleza, amor, lealtad, libertad, justicia, igualdad, templanza y veracidad.

Descartar la violencia de la televisión es utópico pero se le puede situar en países y costumbres lejanas a los niños para que no se den por aludidos, es decir, rodear toda la escena de un mundo irreal; en un país lejano y mágico.

¹⁶ Schramm Wilbur. Ciencia de la Comunicación Humana. Editorial Roble 1975 130-166p

Los niños imitan a los adultos, imitan lo que ven en la televisión y todo comportamiento, por lo tanto, los niños aprenden mientras ven el espectáculo.

“Si el niño no imita a los superhéroes según Albert Bandura es por que no tiene los instrumentos a la mano. No imita el latrocinio si nunca se encuentra en esa situación con la herramienta y completamente sólo. Pero si lo vio en televisión ha agregado un elemento a su repertorio de comportamiento potencial. El que alguna vez lo lleve a cabo dependerá si alguna vez se encuentra en una situación similar”¹⁷.

Si un niño imita lo que ha visto dependerá también del comportamiento que ve en sus padres, tutores, o la familia con la que convive, dependerá de las leyes, normas y costumbres, de la constancia y consistencia de éstas para que le permita vencer la tentación. Si el niño ya mayorcito, por ejemplo 12 a 14 años de edad, ya tiene bien definidas costumbres, reglas, leyes y estereotipos, será difícil hacerlo cambiar de opinión, pero si aún no tiene bien definidos roles, como el niño de 8 años por ejemplo, entonces si será susceptible de los mensajes de televisión. Por que a esta edad ya tiene la madurez cognitiva, su horizonte social se está ampliando y depende de las enseñanzas que interiorice y poco a poco vaya reforzando para que se desarrolle la personalidad que manejará en su edad adulta.

La repetición de imágenes y secuencias tiene efectos acumulativos sobre sus creencias y actitudes, es por eso que la educación en la escuela, leyes, costumbres y conductas en el hogar y lo que ven en televisión deberían ser preferentemente concordantes para no hacer caer al niño en confusiones, y así proporcionarle una defensa contra los efectos negativos de la televisión.

“La televisión no es la única, ni la principal influencia sobre las actitudes y valores de los niños, en la mayor parte de las esferas de la vida”¹⁸. Cabe mencionar, la opinión de Emilio Durkheim, respecto a las corrientes sociales, que aunadas a fatalismos y profundas tristezas pueden llevar a los niños al suicidio.¹⁹

Para que la televisión refuerce temas como los valores morales es necesario que primero, los vea y aprenda en su entorno, en su hogar, en la escuela y sólo así la televisión podrá ejercer efectos sobre sus creencias, actitudes y estereotipos por su consistencia,

¹⁷ Schramm Op. Cit. P 132

¹⁸ Ibid p.134

¹⁹ Ritzer George. Teoría Sociológica Clásica. Mac Graw Hill 16. edición. Madrid España. 1993.216-414 p.

repetición que les permitirá recordar los valores que están captando, aprendiendo e interiorizando.

Schramm ²⁰ha insistido en que el niño selecciona de la televisión el material que se ajusta a sus intereses y necesidades, y que los que están más tiempo expuestos parecen usarla como un escape a cierta tensión. En el sentido de la predilección de un programa las preferencias del niño están en función de su edad, su inteligencia, los gustos y los hábitos familiares. Lo que ha llamado el autor como “paralelismo de las preferencias” según sus investigaciones los niños que atraviesan por dificultades o conflictos con sus padres dedican mucho tiempo a la televisión y la selección de sus programas se ven afectadas por la educación y gustos de sus padres. Los niños utilizan la televisión como una fuente de la que extraen material para organizar e interpretar sus experiencias, para preparar su vida futura como estudiantes, como miembros de un matrimonio, como miembros de un grupo profesional o de empleo y consideramos que la televisión es una fuente importante de influencia sobre el niño y es también objeto de preocupación y acción pública.

Para Schramm ²¹no está suficientemente demostrado que ver mucha televisión afecte el rendimiento escolar, y que aquellos niños que pasan muchas horas viendo televisión proyectan sus estados emocionales en la pantalla mismos que aún sin estar demasiado expuestos reducen eficacia en su trabajo.

La televisión influye sobre los valores y la moral del niño si:

- a) La influencia psicológica de la televisión se da cuando los mismos valores y los mismos puntos de vista se repiten en una serie de programas.
- b) La eficacia depende de la fuerza dramática con que los valores se presenten.
- c) Influyen los valores cuando están más ligados a los intereses y las necesidades inmediatas del niño.
- d) Los valores transmitidos por la familia o (quienes cuidan al niño) es el principal responsable de la aceptación o el rechazo del programa de televisión.

²⁰ Ibid p.133.

²¹ Ibidem p.134

2.3 TEORÍA DE LOS USOS Y GRATIFICACIONES DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS

Mostrar la Teoría sobre los usos de los medios masivos, nos permite acercarnos a conocer la interpretación que el niño de 8 años hace del mensaje "Tienes el valor o te vale". Se expone un enfoque de usos y gratificaciones como punto de partida al "consumidor" de los medios y explorar su conducta comunicativa en función de su experiencia con los medios. Esta teoría postula que los miembros del público hacen uso de los mensajes y esa utilización actúa como variable que interviene en el proceso del efecto o interpretación del mensaje.

El enfoque de "usos y gratificaciones" aporta una perspectiva más amplia para la exploración de la conducta individual frente a los medios, unirla a la búsqueda de formas en que los seres humanos crean y gratifican las necesidades, muchas de estas pueden ser relacionadas con los medios y otras no, pero pueden ser gratificadas por fuentes que sean o no relativas a los medios. Este enfoque postula que las gratificaciones pueden ser derivadas por el contenido de los medios y por el acto de exposición ante un medio, la televisión en este caso, así como del contexto social en el que ese medio es consumido.

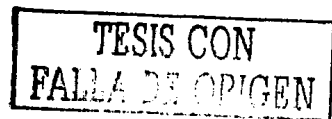
"El interés por las gratificaciones que los medios aportan a su público se remonta a los estudios de Paúl Félix Lazarsfeld en 1942²² y encontró que las funciones cumplidas por algún contenido o por algún medio son:

- 1.- Obtener información o consejo para la vida cotidiana.
- 2.- Dar cierta estructura a la propia existencia.
- 3.- Prepararse culturalmente para las exigencias del "ascenso social".
- 4.- Ver confirmada la dignidad y utilización de la misión de cada uno en la vida."

Erich fromm escribió en 1941 las funciones psicológicas de los dibujos animados del gato y el ratón, y el significado social de la victoria de los ratones, también hay estudios sobre las gratificaciones sociales y psicológicas que suponen consumir algunos productos y leer algunos anuncios.

"En 1951 Riley demostró que los niños bien integrados entre sus semejantes utilizaban los relatos de aventuras en forma distinta a los niños socialmente aislados. Ya habíamos

²² Moragas Op. Cit. P 255



comentado que Schramm y la doctora MacCoby determinaron que la aceptación del niño en su familia y en la escuela produce esquemas de exposición a los medios, igual que las dietas de fantasía y realidad y por lo tanto afectan los usos de los medios según sus necesidades. Los niños que atraviesan por dificultades o conflictos con sus padres dedican mucho tiempo a la televisión y la selección de sus programas se ven afectadas por la educación y gustos de sus padres. Estudiar las gratificaciones destaca la importancia de la relación entre el uso de los medios, la disposición psicológica y la ubicación social por el otro²³. La lógica va implícita desde las diferencias en la integración social a las diferencias en la necesidad psicológica y las diferencias de la selección y exposición y las gratificaciones implícitamente obtenidas.

Los estudios de Mac Quail, Blumler y Brown en 1972²⁴ han propuesto una tipología de gratificaciones que se compone de las siguientes categorías:

- 1.- Diversión, incluyendo la huida de las restricciones de la rutina, escape de la carga de problemas y liberación emocional.
- 2.- Relaciones personales incluyendo la compañía sustituta así como la utilidad social.
- 3.- Identidad personal incluyendo la referencia personal, la exploración de la realidad.
- 4.- El refuerzo de los valores y la vigilancia del entorno (En este último punto, se nos está dando la base teórica para entender que la televisión refuerza los valores morales).

Para los autores Katz, Gurevitch y Haas en 1973²⁵ la idea central consistía en que la comunicación de masas es utilizada por los individuos para comunicarse, a veces para desconectarse, mediante relaciones instrumentales, afectivas o de integración con o a partir de diferentes entidades sociales, uno mismo, la familia, los amigos, la nación, etc. El esquema intenta abarcar toda la gama de gratificaciones individuales de las muchas facetas de la necesidad de "estar comunicado" y encuentra tendencias para que ciertos medios sean preferidos para determinados tipos de conexiones.

"Un consumo de medios orientado hacia la función de socialización por ejemplo, puede incluir disfrutar de la compañía de otros en el momento en que se usan los medios; poder conversar después informalmente con otras personas sobre los materiales de los medios; obtener información de los medios, para poder funcionar en algún papel social

²³ Ibid p.256

²⁴ Ibid p.257

²⁵ Ibid p 261

específico; intercambiar información de los medios; comprobar la competencia y el conocimiento propios en un campo de interés compartido con aquellos²⁶. Los niños y educadores al ver televisión pueden comentar los programas, los adultos resaltar actitudes positivas para la socialización del niño, enseñarle la intención de la publicidad y orientar la capacidad crítica del niño al estar expuesto a la televisión.

Las teorías sobre las fases de la socialización que indican las exigencias informativas conceptuales y emocionales del niño o del adulto a medida que aumenta su edad son ejemplos de los desarrollos teóricos de los usos y gratificaciones.

“Los estudiosos de los usos y gratificaciones pueden trabajar de las gratificaciones a las necesidades, por ejemplo: en el campo de la información la función de vigilancia puede remontarse a un deseo de seguridad, curiosidad, un empuje exploratorio; buscar el refuerzo de las actitudes y valores propios puede derivar de una necesidad de estar seguro de que se tiene la razón; los intentos de correlacionar los elementos de la información pueden surgir de una necesidad de desarrollar el propio dominio cognoscitivo del ambiente. El uso de materiales ficticios puede surgir de una necesidad de propia estimación; las funciones de utilidad social pueden ser relaciones con una necesidad de afiliación y las funciones escapistas pueden estar vinculadas a la necesidad de liberar tensiones y ansiedad.²⁷”

La necesidad de relajarse o de pasar el tiempo puede ser satisfecha por el acto de ver televisión; la necesidad de sentir que no se malgasta el tiempo puede ser asociada al acto de la lectura; la necesidad de organizar bien el día puede ser satisfecha con tener encendida la radio. El deseo de pasar el tiempo junto a la familia o los amigos puede verse cumplido mirando televisión en el hogar con la familia o asistiendo al cine con los amigos.

¿Qué mueve a la gente a volverse a la televisión en busca de la satisfacción de ciertas necesidades? Según los autores Katz, Foulkes, Edelstein, Rosengren y Windahl²⁸ la situación social produce tensiones y conflictos que presionan su alivio mediante el consumo de los medios masivos. La situación social crea conciencia de problemas que exigen atención y es posible buscar información sobre ellos. La situación social ofrece pocas oportunidades en la vida real para satisfacer ciertas necesidades, las cuales son orientadas hacia los medios para

²⁶ Ibidem p 264

²⁷ Ibidem p 266

²⁸ Ibidem p 268.

un servicio complementario, suplementario o sustitutivo. La situación social hace surgir ciertos valores cuya afirmación y refuerzo son facilitados por el consumo de materiales adecuados a los medios. Por lo que podemos inferir que la televisión refuerza los valores morales de la sociedad.

Por otra parte, la realidad social del niño, es que está expuesto a los mensajes de los medios masivos de comunicación, de ese número tan extenso de información hemos seleccionado a un emisor, que por su poder de cobertura ha llamado nuestra atención, conozcámoslo:

2.4 EL EMISOR

Entendemos por emisor a todo ser o máquina que elabora un mensaje, éste es algo que pueden hacer o un individuo o un grupo²⁹. El emisor en este trabajo es Fundación Televisa, una empresa en la que muchos seres trabajan para producir un mensaje.

Televisa, S.A. de C.V.: Su historia

En 1950, después de varios años de experimentación, surge la televisión en México, con el pionero Emilio Azcárraga Vidaureta, transmitiendo desde la XEW, "La voz de la América Latina desde México".

Ese mismo año se inauguran las instalaciones de Televisión en Avenida Chapultepec, lugar donde realizará sus actividades el nuevo medio de comunicación.

Como producto de la unión de los canales 2, 4 y 5 se crea en 1955 la empresa Telesistema Mexicano. En 1968, surge XHTMTV canal 8, Televisión independiente de México propiedad de un grupo empresarial regiomontano que se instaló en San Angel Inn.

En 1973 se fusionan Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, para formar Televisa (Televisión Vía Satélite), con el fin de coordinar, operar y transmitir la señal de canales 2, 4, 5 y 8.

²⁹ Prieto Castillo Daniel. Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa. Premio Editora. México 1987 3ª. Edición 181p



En 1985, canal 8 cambió su señal convirtiéndose en XEQ canal 9, que en un principio se constituyó como un canal cultural, para posteriormente manjar la línea comercial.

En septiembre de 1988, Televisa concretó la creación del primer sistema de noticias en español vía satélite: ECO, transmitiendo en vivo.

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

2.4.1 FUNDACIÓN TELEVISIA

La Fundación Televisa nace para que Televisa cumpla una responsabilidad social, para buscar que la labor social y cultural de Televisa le posicionen como líder en una responsabilidad social empresarial.

Televisa asegura que por su alcance, su influencia y sus repercusiones, tiene una responsabilidad que cumplir en México.

Según su ideología tiene un doble alcance:

- o En su actividad esencial (ser líder en la producción y distribución de entretenimiento e información, generando valor para el personal, clientes e inversionistas).
- o En su actividad no esencial (apoyo a causas sociales y culturales).

Esta pequeña organización forma parte del consorcio Televisa, existe desde los años 70s con el nombre de Fundación Cultural Televisa, a continuación los nombres de los integrantes, en su página de internet buscamos la siguiente información:

2.4.2 LOS PARTICIPANTES

Claudio X. González Guajardo

Presidente

Alicia Lebríja Hirschfeld

Directora de educación y capacitación

Gabriel Altamirano Hernández

Director de Proyectos sociales y desarrollo institucional

Akram Daniel Castillo Cárdenas

Gerente de proyectos sociales

Mariana Domínguez

Gerente de diseño e internet

María Fernanda Valdez Riveroll

Gerente de Relaciones Públicas

Paulina Rocha Cito

Coordinadora de programación cultural en medios

Mauricio Maillé

Coordinador de artes visuales

Vivían Colucci

Directora de comunicación.

Los participantes pensaron en emitir mensajes de valores universales, para todo tipo de público, pero principalmente, el mensaje va dirigido a los adultos para tratar de crear conciencia respecto al mundo que estamos viviendo, carente de valores morales que refrenen un poco los índices de inseguridad en México.

Al inicio de su campaña emitieron un mensaje acerca de honestidad cuyo objetivo era: realizar una campaña de concientización social basada en la dignidad de la persona y los valores universales.

Y definieron la honestidad así:

“La honestidad: Es aquella cualidad humana por la que la persona se determina a elegir actuar siempre con base en la verdad y en la auténtica justicia (dando a cada quien lo que le corresponde, incluida ella misma).

Ser honesto es ser real, acorde con la evidencia que presenta el mundo y sus diversos fenómenos y elementos; es ser genuino, auténtico, objetivo. La honestidad expresa respeto por uno mismo y por los demás, que, como nosotros, “son como son” y no existe razón alguna para esconderlo. Esa actitud siembra confianza en uno mismo y en aquellos quienes están en contacto con la persona honesta.

La honestidad no consiste sólo en franqueza (capacidad de decir la verdad) sino asumir que la verdad es sólo una y que no depende de personas o consensos sino de lo que el mundo real nos presenta como innegable o imprescindible de reconocer.

Lo que no es la honestidad:

-No es la simple honradez que lleva a la persona a respetar la distribución de los bienes materiales. La honradez es sólo una consecuencia particular de ser honestos y justos.

-No es el mero reconocimiento de las emociones "así me siento" o "es lo que verdaderamente siento". Ser honesto, además implica el análisis de qué tan reales (verdaderos) son nuestros sentimientos y decidimos a ordenarlos buscando el bien de los demás y el propio.

-No es la desordenada apertura de la propia intimidad en aras de "no esconder quien realmente somos", implicará la verdadera sinceridad, con las personas adecuadas y en los momentos correctos.

-No es la actitud cínica e impúdica por la que se habla de cualquier cosa con cualquiera...la franqueza tiene como prioridad el reconocimiento de la verdad y no el desorden.

Hay que tomar la honestidad en serio, estar conscientes de cómo nos afecta cualquier falta de honestidad por pequeña que sea...Hay que reconocer que es una condición fundamental para las relaciones humanas, para la amistad y la auténtica vida comunitaria. Ser deshonestos es ser falso, injusto, impostado, ficticio. La deshonestidad no respeta a la persona en sí misma y busca la sombra, el encubrimiento: es una disposición a vivir en la oscuridad. La honestidad, en cambio, tiñe la vida de confianza, sinceridad y apertura, y expresa la disposición de vivir a la luz, la luz de la verdad".

Participantes

Fundación Televisa.

Para buscar información respecto al mensaje "Tienes el valor o te vale" que emite Fundación Televisa, fue necesario, acercarnos a sus creadores, para saber cuál fuese intención al elaborarlo, e investigar si han hecho estadísticas o mediciones, y si han investigado cómo lo capta el receptor según su intención, para ello, fue necesario entrevista la Directora de Capacitación y Educación y esto fue lo que nos respondió:

2.4.3 ENTREVISTA CON ALICIA LEBRIJA HIRSCHFELD DIRECTORA DE CAPACITACION Y EDUCACIÓN DE FUNDACIÓN TELEVISIVA.

1.- ¿Por qué Televisa que se dedica al entretenimiento hace una campaña pro-valores?

A.L. De entrada te puedo decir que Televisa siempre ha tenido al aire campañas propias de concientización entre esas muy famosas estuvo la de "Cierrale", la de "Mucho Ojo", "Cuenta hasta 10", tienes antecedentes de Televisa como grupo de proyectar campañas de concientización social, dados estos antecedentes la Fundación empieza a ver un tema rector en la siguiente campaña Campaña de Concientización, en ese proceso estuvimos año y medio viendo si nos quedábamos solamente con el maltrato que es una campaña que volveremos a sacar a aire pronto, pero en esa discusión empezamos a ver que era lo que nosotros dado que somos un medio de comunicación masiva empezar a proyectar, y llegamos a la conclusión de que una campaña de valores genérica sobre respeto, honestidad, generosidad, laboriosidad, es decir, varios valores rectores que definimos van a atacar la raíz de los problemas, al fondo no a la manifestación de éstos, el maltrato, muchas formas de expresar la problemática social tienen que ver con una falta de valores, los niños y adultos no respetan, ni a las leyes, ni a sus padres ni a las normas se han perdido los valores y esto genera niños abandonados, niños de la calle, falta de comunicación entre padres e hijos, hay muchas cosas que a raíz de esa falta de valores deterioran el resto, Fundación cree que los valores son la raíz de los problemas. Por otra parte, creemos que los valores a niños, ancianos y adultos a todos nos sirven, es una campaña de respeto, es útil para los niños que no lo conocen, para los jóvenes que lo utilizan en forma distinta. Esta campaña tiene salidas a diferentes públicos, para quienes el respeto significa cosas distintas, es una campaña que va dirigida a toda la población.

2.- ¿Entonces no podemos decir que el mensaje va dirigido a determinado público?

En esta campaña los niños son el eje de la reflexión, lo que buscamos es que a través del niño el adulto reflexione. Los comerciales llevan una secuencia de vicios que rompe un niño, por ejemplo, el del policía: alguien se pasa un alto, alguien que se roba los "tapones", alguien que se roba la luz; es una cadena de vicios conectada, empezando por el policía, la

niña encuentra un billete y le pregunta al policía si es suyo: la niña de una forma sutil hace que la audiencia reflexione, si lo que tienes te lo mereces, si es tuyo; no es tuyo si no trabaste para tenerlo.

3.- ¿Podemos decir entonces que el mensaje va dirigido a padres y educadores ¿a ti papá te gustaría que tu hijo devolviera el billete y te dijera la verdad?

Es hacer reflexionar a los padres que los valores viven, el ejemplo es más importante, que una definición, ésta no me sirve a mi para educar ni para vivirlo, hay que tener patrones de conducta y así como se tienen buenos, se tienen viciados y los niños como “esponjas” los están absorbiendo.

4.- Hablando de conceptos viciados, ¿por qué no exponer a un funcionario público extorsionando a un ciudadano por ejemplo?

Trabajamos mucho en cómo hacer explícita esta campaña es difícil tomar un tema como valores y proyectarlos en 30 segundos, hicimos un balance, en el 2002 en 4 comerciales pusimos a un policía, no estamos diciendo que todos son corruptos, sólo estamos mostrando realidades, el no exponer a un funcionario público es para no sesgar el comercial tanto a la corrupción, es más de reflexión sobre lo que es el valor, para ejemplificar la corrupción pusimos un policía. Pero también somos nosotros los que corrompemos algunas veces a las autoridades o buscamos algún provecho, mostramos sólo una versión de corrupción el policía en este caso. Mostramos también el respeto en otro comercial en el ámbito rural, en un camión, buscamos un balance en la ubicación geográfica. En otro comercial ejemplificamos un niño que habla peyorativamente, entonces, la honestidad es el caso del policía, el respeto, es cómo te diriges a los demás, recordemos la escena del microbús de una chica y un muchacho que dan a los demás adjetivos por su aspecto físico y la forma de hablar. Balanceamos la parte citadina del microbús con la parte rural del niño con el abuelo, con el señor de la bicicleta. Otro mensaje de respeto es el del tianguis, la niña que devuelve el monedero; los niños hacen entender al adulto, sus propios hijos o los niños nos dicen que sabemos que algo está mal hecho y lo hacemos por reflejo, son situaciones tan comunes que las vemos normal y eso es lo que nuestros hijos también ven normal y sin quererlo les estamos enseñando que hay que ser así en la vida. Los valores están totalmente tergiversados, y no somos moralistas, son situaciones cotidianas, nada que no conozcamos sale en la pantalla.

5.- Entonces podemos decir que: ¿cuál es la intención del mensaje?

Es buscar la reflexión es mostrarle a la gente que el día a día está muy contaminado, que nosotros lo estamos contaminando sin darnos cuenta, y que los niños deben conocer los valores por que a la hora que cierra el comercial “¿Tienes el valor o te vale” estás dándole un instrumento al niño de ser diferente y no seguir con esos vicios los niños de 10 o 12 años tienen mejor capacidad de entender, es una invitación a los padres para que platiquen con sus hijos, que comenten el contenido de los comerciales por que son atractivos para el niño y el papá. “Tienes el valor o te vale” es una forma de decir levántate, tu eres único, el respeto vale la pena, la honestidad vale la pena, si ahorita nos preguntaran ¿vale la pena ser honesto? diríamos que si por que ser honesto te vuelve independiente , respetada por los demás, son cosas nobles, pero es difícil que un niño te lo valore, este es un obstáculo muy complejo, nos preguntábamos ¿cómo le vamos a decir un niño que los valores valen la pena y no por que los papás lo digan sino por que a él le conviene ser así , esto hace el tema difícil.

6.- El problema es que los resultados no se ven inmediatamente, sino a largo plazo, y se van a dar cuando el niño se enfrente a la calle y él pueda decidir qué es lo que le conviene, que retoma y que no.

Sí, los valores no son tangibles para los niños están acostumbrados a los estímulos “ hago esto por que luego voy a recibir aquello otro”, los valores los van a entender hasta que los vivan y con el tiempo se van a ver los resultados.

7.- Definitivamente los padres son la primera educación de los niños.

Sí, eso tiene que ser en la casa, la escuela es sólo un complemento de la educación, los valores los tienen que vivir en su casa, la palabra no les va a decir nada, empiezan los niños a juntar las acciones.

8.- Podemos pensar entonces que Televisa es un medio idóneo para reforzar esos valores que debe inculcar la familia?

Como medio de comunicación tenemos una gran responsabilidad, sabemos la cantidad de horas que pasa un niño frente al televisor, nuestros mensajes tienen consistencia, y esto hace que si se quede en los niños, está comprobado. La frase “¿tienes el valor o te vale?”es

para que los niños se acuerde de algo aunque no sea específico; "no seas lo que todo el mundo es y hace".

9.- ¿Por qué es importante para la Fundación que el niño capte esto?

Tan importante como si pudiéramos influir para que los niños sean independientes y de bien, esta sociedad requiere gente que crea que el respeto es indispensable para vivir, la honestidad igual y entre todos, tratar de llevar a esto a diferentes esferas, instituciones como "Lazos" también ha estado trabajando en este tema. Entre todos podemos hacer algo, nadie puede solo; Fundación es un complemento de lo que la sociedad hace en muchas cosas.

10.- Entonces, para ustedes es importante que la población infantil capte el mensaje de acuerdo con su intención?

Sí, es el ejemplo de "aquí hay un niño honesto que no se va a quedar con el monedero ni con un billete que no es de él, pero la reflexión profunda va para los padres y los jóvenes. Para el 2003 vamos a trabajar con responsabilidad y generosidad, no queremos que se limite a n tipo de población. Si tuviéramos recursos para hacer un mensaje para niños, uno para jóvenes y otro para adultos sería maravilloso, llevamos un año en esto y la idea es quedarnos mucho más.

11.- En cuanto a estadísticas y mediciones?

Hemos hecho una sola encuesta de evaluación de la campaña en general, la encuesta no era para niños. El nivel de recordación y agrado es altísima en esta campaña de valores (puedes recordar algo pero no gustarte), de todas las actividades de la Fundación la mejor evaluada es la campaña "¿tienes el valor o te vale?, es algo que todo el mundo agradecía, les gustó mucho, en esta primera medición que fue 4 meses después de que saliera al aire el comercial la gente valoró eso y el único que salió sin ningún tache ni comentario adverso. La gente en general percibe esta campaña como algo bueno. Esta campaña para que realmente tenga efectos se debe quedar mucho tiempo.

12.- En cuanto a estudios de interpretación del mensaje en niños de 8 años de edad vamos a ser pioneros.

Lo único que tengo en niños no es realmente enfocado en ellos, sino a las madres de esos niños que viven en zonas marginadas nos hizo la encuesta el programa "Niños de la calle", se les preguntó qué es la honestidad y el respeto, pero esto fue antes de hacer la campaña, y

nos confirma que la gente no entiende lo que son estos valores sobre todo, a gente de perfil muy bajo, no tiene conciencia de que esto es muy importante.

13.- Probablemente son familias desintegradas en las que la madre tiene que salir a proveerles sustento y los niños, ¿qué van a prender si no está su mamá con ellos?

Estoy totalmente de acuerdo, por otro lado, está la siguiente ronda de anuncios y vamos a empezar a trabajar en materiales dirigidos ya a niños probablemente ya a través de escuelas sobre respeto, y honestidad ó valores.

14.- ¿Cómo qué materiales?

Por ejemplo, tenemos un calendario; la secretaría de educación de Nuevo León lo elabora y en cada salón de clases hay uno con actividades muy particulares para niños chiquitos medianos y grandes.

15.- Es el único medio impreso con el que han estado trabajando?

Todavía no lo trabajamos por que necesitamos recursos para esto esperamos hacer alianzas con más instituciones para aterrizarlo en algo concreto. Hay varios proyectos pero vamos a ver cómo se canaliza el esfuerzo en la pantalla hacia algo más.

16.- Una imagen dice más que mil palabras.

Tienes toda la razón, después de tener el mensaje sería muy natural tener salidas físicas de materiales sobre valores no de una forma moralista por que Televisa no quiere ser alguien que dice cómo deber ser. Es un ejemplo que la empresa ha querido ayudar antes mas que ahora, pero antes eran otros tiempos, la empresa se reestructura y cambian los perfiles, se hacen mejor las cosas, antes éramos Fundación Cultural Televisa pero hacían cosas sesgadas a la cultura, se creó en los 70's, tenían un museo, ahora con el nombre de Fundación Televisa se hizo una fusión u se canaliza todo a través de nosotros.

El segundo elemento de la triangulación Emisor- Mensaje-Receptor es el mensaje, en este caso, se proyecta a través de la televisión en imágenes secuenciales en un tiempo no mayor de 30 segundos. Fundación elaboró y transmitió un mensaje denominado, "Tienes el valor o te vale"

2.5 EL MENSAJE

Es el elemento objetivo del proceso de comunicación, lo que el emisor estructura y llega los sentidos del receptor, sólo se produce si responde a un determinado código. Hay mensajes individuales y sociales, y esto no sólo por la forma en que circulan sino por su poder y alcance. Un mensaje individual es aquel que no va más allá de los límites de un ser que no va más del pequeño círculo de allegados. Un mensaje social incide en grandes cantidades de seres, los cuales lo comparten aún sin conocerse entre ellos. Es un proceso de comunicación humana, los mensajes son verbales (orales y escritos) y los audiovisuales, incluidos imagen de personajes (mensajes de postura y gesticulación) y sonidos³⁰.

El mensaje "Tienes el valor o te vale" se grabó y se repite con los comerciales.

Para emitir el mensaje a través de la televisión, es necesario, plasmar la idea en un escrito llamado guión, es la forma cómo se pre-construye y se adapta para su retransmisión por un lapso de tiempo.

Mostrar en este trabajo el guión, sirve para ejemplificar a los estudiantes de comunicación la presentación de un guión televisivo.

2.5.1 EL GUIÓN DE TELEVISION³¹

El guión técnico es un guión literario ya "trabajado" por el realizador y sobre el cual se reflejan con datos técnicos como el "modo" de visualizar lo que de forma literaria había sido ya expresado.

El guión técnico es el reflejo de la interpretación personal del realizador. Las funciones o trabajo del realizador sobre el guión literario para transformar este en guión técnico, se refieren a:

³⁰ Prieto Castillo Daniel. Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa. Premia Editora México 3ª. Edición. P 121, 181p.

³¹ Barroso García José. Introducción a la realización televisiva. Instituto Oficial de Radio y Televisión. Madrid, España 124,129,130-482 p.

- División o fragmentación del guión literario en planos, escenas, secuencias y bloques.
- Numeración cronológica de planos.
- Numeración y definición de las escenas y secuencias
- Definición de la imagen de cada plano (tamaño de plano, angulación, óptica, etc.)
- Modos de relación o continuidad entre planos, escenas, secuencia y bloque.
- Efectos especiales, visuales y sonoros
- Música, etc.
- Asignación de cámara a cada plano; identificación sujeto principal, encuadre y movimiento de la cámara si lo hubiere.

Por la rapidez con que se trabaja en la televisión, por grabar con varias cámaras simultáneamente, es necesario prever incidencias, es un poco difícil detenerse a estar leyendo rápidamente. Por esta razón resulta eficaz normalizar las anotaciones habituales de la realización y que pudieran ser:

- Guión redactado a dos columnas
- Todas las anotaciones sobre el texto de la redacción a uno u otro lado.
- Utilización de colores identificativos
- Cambios de plano: línea horizontal atravesando el ancho de la página de lado a lado (color destacable)
- Cambio de bloque: igual que el cambio de plano pero con doble línea.
- Cámara: sobre el texto (columna) de la acción de caracteres grandes el número de la cámara designada dentro de un círculo
- Plano (definición, tamaño, movimiento, angulamiento) a la izquierda del signo de la cámara con las abreviaturas habituales en cada caso.
- Modo de cambio de plano: a la derecha de la página (columna de sonido) sobre la línea se escribe el tipo, modo de cambio (corte, funda, negro, en cadena, etc.)
- Música: a la derecha de la página vertical que abarca el fragmento del guión sobre le cual se introducirá música.

2.5.2 EL GUIÓN DE ¿TIENES EL VALOR O TE VALE?

PRIMER MENSAJE DE GENEROSIDAD ¿Hace cuanto?

Imagen de una niña de
aproximadamente 8 años de edad
abrazando a su papá.

En blanco y negro

Música de violín triste y melancólica

En plano americano: encuadra
la figura de una mujer medianamente
joven transportando en silla de
ruedas a un anciano.

La cámara 1 se aleja hacia atrás
A medida que camina
la mujer hacia la cámara va
quedando en primer plano,
que permite apreciar la
expresividad de un rostro
triste, apocado, amargo:

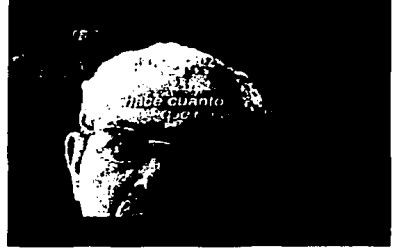


Aparecen por encima de su cabeza
Las letras en blanco que dicen:
"Hace cuánto que no digo te quiero"

En primer plano se enfoca la figura
del anciano que con rostro de infinita
tristeza piensa:

Aparecen las letras blancas en su frente:

“Hace cuánto que no veo a mis nietos”



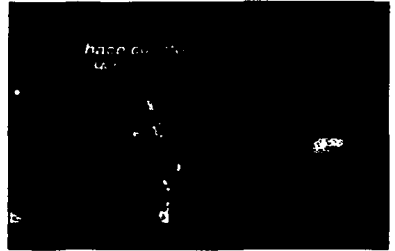
Secuencia 1

En el interior de un vehículo
la cámara 2 hace cambio de
foco y en aneo de lado derecho
a izquierdo: la cámara capta
a su objetivo:

Un hombre de aproximadamente 40 años de edad
piensa: “Hace cuánto
que no veo a mi papá ”

Secuencia 2

En el interior de otro
vehículo en movimiento
de la cámara 3 hace cambio
de foco hacia el lado izquierdo



Voltea hacia la cámara y piensa

Hace cuánto que
no beso a mi mujer.”

La misma cámara 3
en plano corto capta a una niña
de aproximadamente 8 años de
edad que se asoma de los asientos
traseros del vehículo, abraza a su papa.



Aparecen las letras en blanco que dicen:
“ Te quiero papá”



Se escucha una voz masculina que comenta:

Con movimiento de cámara frontal se enfoca en primer plano a la niña de 8 años que piensa:

Cesa la música de fondo.

“La generosidad es un valor único.”
Aparecen en un fondo negro.

“¿Tienes el valor o te vale”?

Cierra el logotipo de televisa trabajamos por los valores de los niños.



GUION DEL SEGUNDO MENSAJE DE GENEROSIDAD ¿Por qué?

Imagen de un niño en el metro que
cede su asiento a un señor ciego.

Música de fondo instrumental

En blanco y negro.

Toma de profundidad

En el interior de un autobús viaja
una mujer joven embarazada, se
acerca la cámara a plano medio.

Secuencia 1

En plano medio corto, una ama de
casa y un muchacho con una bolsa
de dulces, sentados en el mismo
autobús.

A la altura del pecho de la ama de casa,
aparecen letras blancas que dicen: "por
que le voy a comprar"

Secuencia 2

En plano medio, la mujer joven
embarazada, de pie, se enfoca al
joven de los dulces, quien al verla
acercarse se pregunta:



"¿Por qué me voy a levantar"?

Secuencia 3

La mujer embarazada en primerísimo
plano, voltea hacia un cantor y se
pregunta:



“¿porque le voy a dar?”



El cantor avanza hacia delante, y el movimiento del camión empuja a un señor ciego; en la parte frontal del cantor aparecen las letras que dicen:

“¿Por qué le voy a ayudar?”



Secuencia 4

Se enfoca a un niño de aproximadamente 13 años de edad que al ver el incidente (el empujón), entre el cantor y el ciego, le cede a éste último el asiento y aparecen las letras blancas que dicen:

¿ “Por qué no se sienta?”



Ya no se escucha la música instrumental.

Se escucha la voz masculina que dice: la generosidad es un valor único, al mismo tiempo que aparece el fondo negro para contrastar las letras en blanco.

Secuencia 5

En primerísimo plano el mismo niño

viendo hacia la cámara piensa: ¿"Tienes el valor o te vale"?

Cierra logotipo de Fundación Televisa: "trabajamos por los valores de los niños".



GUIÓN DEL PRIMER MENSAJE DE RESPONSABILIDAD “Ahorita”

Imagen de un niño de
aproximadamente 9 años de edad
despertando temprano a su papá

Enfoque de Close-up al despertador
paneo de la cámara hacia la izquierda
y barrido a papá tapándose con las
cobijas al mismo tiempo que piensa:

“ahorita me levanto”

Secuencia 2

En paneo de la cámara de derecha a
izquierda en primer plano se enfoca a
una secretaria con una torta en la mano
con la bocina del teléfono en la otra
mano, ve su torta, escucha las instruc-
ciones de su jefe y piensa:

“ahorita las busco”



Secuencia 3

En paneo de la cámara de derecha a
izquierda en una tienda de abarrotes
un tendero en primer plano, ve entrar
a su tienda a una señora que le va a
comprar y el tendero piensa:

“ahorita la atiendo”



Secuencia Inicial



Close-up del despertador en panco de derecha a izquierda se enfoca la cabeza de papá

aparecen las letras blancas que dicen: papá ya es hora”

Aparece en primer plano medio el niño inicial moviendo en la cama a papá, éste se incorpora da un palmadita en la mejilla a su hijo.



Voz masculina, fondo negro. cesa la música instrumental:

“ la responsabilidad es un valor único”

Corte final en plano corto se enfoca al niño que piensa:

“¿Tienes el valor o te vale”?



Cierra logotipo de televisa: “trabajamos por los valores de los niños”

GUIÓN DEL SEGUNDO MENSAJE DE RESPONSABILIDAD: “No pasa nada”

Imagen de una adolescente en gran primer plano.

En blanco y negro.

Música instrumental

Toma 1

En el interior de un “antro” jóvenes bailando con las manos en alto.

En paneo de derecha a izquierda una adolescente de aproximadamente 17 años de edad y un joven de 24 en primer plano frente a frente.

Secuencia 1

Cambio de zona El joven dice: “que pase la joven sube al estrado y piensa:

Sobre la cabeza de la chica aparecen las letras blancas que dicen:

“no pasa nada”



Secuencia 2

Toma panorámica de una multitud de jóvenes bailando en el "antro".

Secuencia 3

En primer plano otra pareja de jóvenes bailando y bebiendo, el joven se acerca a la joven, parece drogada y piensa:

Aparecen en el extremo inferior de la pantalla las letras blancas que dicen:
"Sigo fumando, no pasa nada"



Secuencia 4

Otro joven en primer plano, enfocado de perfil en la barra enfoca la cámara de espaldas a un 6°. actor joven bebiendo

Aparecen las letras blancas en la parte central de la pantalla:

"Le sirvo otra, no pasa nada.



Secuencia 5

Enfoca de frente la cámara a otra pareja de jóvenes, se acerca la cámara a gran primer plano, y los jóvenes se drogan,

el joven se toma unas pastillas con alcohol. Por encima de la cabeza de la joven, en el extremo superior derecho, aparecen las letras:

“ la pruebo, no pasa nada”



Secuencia 6

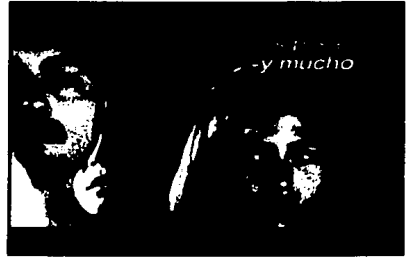
En gran primer plano, la cámara toma al joven totalmente drogado, como si cayera en un abismo, pierde el conocimiento y es llevado en ambulancia.

Secuencia 7

La pareja inicial de jóvenes aparece en plano corto, son enfocados de izquierda a derecha en paneo de la cámara.

por encima de la cabeza de la joven aparecen las letras blancas que dicen:

“ Si pasa y mucho”



Cesa la música, se escucha la voz masculina que dice:

“la responsabilidad es un valor único”

Secuencia final

En gran primer plano, la primera jovencita se pregunta viendo a la cámara:

“¿Tienes el valor o te vale?”

Cierra con el logotipo de televisa “ trabajamos por los valores de los niños”



En la triangulación Emisor-Mensaje-Receptor, es el último elemento de la comunicación masiva y el más importante para ésta investigación, ya que nos interesa el receptor de 8 años de edad.

2.6 EL RECEPTOR

O receptor, ya que entra en relación con un mensaje. El receptor es el punto terminal del proceso de comunicación masiva. El ser humano recibe el mensaje por que conoce el código en el que viene cifrado; esa recepción no es pasiva: implica un esfuerzo (mayor o menor) de decodificación que en el caso de ser humano, requiere un esfuerzo de interpretación (mayor o menor). Hay una dosis de actividad en el momento de recepción del mensaje, actividad que significa selectividad, discriminación, aceptación o rechazo. "El principio sagrado de la información colectiva es la eficacia informativa que es la capacidad de generar respuestas positivas hacia la mercancía o hacia las ideologías dominantes. Mientras los resultados son buenos no hay ninguna preocupación y se sigue trabajando como si el receptor fuera algo homogéneo y constante pero cuando el proceso empieza a fallar vienen los estudios de mercado y a mayor crisis más estudios de refinamiento de los mensajes, más cantidad. Son muchos los casos en que cuando fracasa la persuasión social se apela a la violencia. El autor Daniel Prieto Castillo³² opone la eficacia mercantil y propagandística a la eficacia educativa ya que ésta ultima apunta hacia desarrollar relaciones comunitarias distintas, donde el objetivo no sea la respuesta, sino la expresión, la comunicación de experiencias, y la ampliación colectiva del marco de conciencia actual.

El autor se refiere a los promotores comunitarios, que desarrollan su tarea de los medios de difusión con intencionalidad distinta a la dominante. Personas capacitadas en técnicas de difusión colectiva con su tarea con conciencia de lo que realmente acontece con la comunicación en nuestros países. El punto fundamental en este trabajo de investigación está en la cuestión del receptor, desde su actividad, desde su participación. Terminaremos con una cita de Daniel Prieto: "una total desconfianza de las reales posibilidades de educación y autoeducación que se tiene de los sectores populares tienen a los medios de comunicación colectiva, la pretensión de medir todo desde el emisor, es una forma unidireccional para cambiar a la gente hay que contar con ella por que si entiende"³³.

³² Prieto Op. Cit. p70

³³ Ibid p 73.



Después de los ocho años, y coincidiendo con la adquisición de habilidades operacionales concretas (tercera etapa del desarrollo cognoscitivo según Piaget a ésta edad los niños empiezan a pensar en forma lógica, son capaces de clasificar las cosas y manejar una jerarquía de clasificaciones) a ésta edad comienzan a ser capaces de formar juicios morales más independientes³⁴

2.6.1 EL NIÑO DE 8 AÑOS DE EDAD.

El niño de 8 años de edad está en una edad expansiva en un nivel superior de madurez. Es más rápido en sus propias reacciones y comprende mejor las reacciones de los demás. "Tres rasgos caracterizan la dinámica de su conducta: velocidad, expansividad, y valoratividad," ensaya y aplica los sentimientos básicos de significados construidos durante el año anterior, El niño de 8 años comienza a parecer más maduro incluso en su aspecto físico. Su ritmo psicomotor se ha apresurado, a veces los varones se apartan y se burlan de las niñas"³⁵.

Según Gessell el niño y sus compañeros comienzan a edificar parte de su propia disciplina y a controlar su propia actividad, mediante la crítica mutua y la asignación de responsabilidades, tiene conciencia del grupo escolar como del grupo al cual pertenece y al cual debe algo, por ejemplo: el niño de 7 años en disputas y regateos por el juego, se retira renegando ¡no juego más! Ocho por lo general, continúa a tropezones, ruidosamente y con mumureos de enfados, estos altercados tienen un valor educativo. Así construye su sentido ético, consistente en un complejo de actitudes. Tiene un sentido de la propiedad reforzado por su afán de coleccionar cosas y su intenso interés por el dinero. Tiene un sentido embrionario de la justicia basado en la consideración hacia las reglas y sus precedentes. En el patio de juegos entre sus iguales, despliega una capacidad mayor para formular y aceptar críticas.

Posee rasgos de valoratividad y expansividad, siente compulsión de extenderse dentro de una cultura. Las tendencias expansivas engendran nuevas curiosidades, existe especial

³⁴ Newman Bárbara M. y New Phillip R. Manual de Psicología Infantil. Vol. II. Ediciones Ciencia y Técnica, S.A. Mexico 1991 p 294, 574 p

³⁵ Gesell Arnold et al El Niño de cinco a diez años. Editorial Paidós. Buenos Aires, Argentina 452p.

interés por los recién nacidos se plantean preguntas de sondeo sobre el origen de la vida, la procreación y el matrimonio.

El autor asegura que el niño a ésta edad cambia objetos equivalentes, hace comercio honrado. Adquiere conciencia de su condición racial y de su nacionalidad, es favorable a ésta edad fortalecer actitudes contra prejuicios raciales. Asimila información sobre la cultura de los niños de otras naciones como si se tratara de valores humanos. Su interés por lo desconocido le amplía su horizonte y se acerca más a la prefiguración de la mentalidad adulta. Comienza a verse así mismo como una persona entre personas, obrando, participando y gozando de la vida.

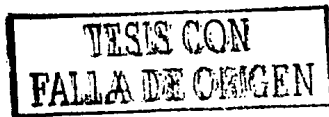
2.6.2 SENTIDO ETICO

Los estudios de Gesell han revelado que el niño de ocho tiene tendencia a discutir con su madre o a presentar excusas. Exige que el adulto lo trate como una persona mayor. Trabaja mejor si se le elogia y le agrada que se le recuerden sus progresos. Y recomienda a los padres no recurrir muy seguido al castigo; las supresiones de un programa de televisión de un libro de historietas o la obligación de acostarse temprano, producen en la mayor parte de los niños de ésta edad el efecto deseado.

"Ocho es más capaz de manejar sus pensamientos y de reflexionar sobre las cosas. Ocho quiere ser bueno. Tiene ahora mayor conciencia de dos fuerzas opuestas, de lo bueno y lo malo, quiere que se aprecie su bondad, quiere agradecer, que se piense bien de él, quiere obtener buenas calificaciones. Ocho comienza a ser responsable de sus actos y está dispuesto a afrontar las consecuencias de los mismos, su primer impulso es acusar a otros. Son capaces de elaborar una lista de "cosas que se deben hacer y cosas que no se deben hacer" pensando en sí mismos y en los demás"³⁶

Los niños de 8 años adoran el dinero, les gusta ahorrar para compras mayores. El dinero sirve como medio para sus colecciones sufren de impulso adquisitivo, por eso quizá se le encuentre tomando dinero de la casa, son muy generosos, usan el dinero que han tomado para invitar a sus amigos. Para los niños de ésta edad es importante llevar una relación de confianza con la madre por que le cuenta sus fechorías fracasos y omisiones. "El niño de 8 años comienza a adquirir mayor responsabilidad respecto al tiempo, es consciente de la

³⁶ Gesell Op. Cit. P 392



puntualidad. Aunque todavía se le debe dar el orden para acostarse temprano e ir a la escuela. Comienza a conocer su barrio, se interesa por nuevos caminos, así puede extraviarse en el proceso del descubrimiento. Su mundo espacial se expande y se interesa por la geografía.

Gesell sugiere el crecimiento del arte de la buena conducta y que de esto depende el desarrollo de un sentido ético, que va madurando en forma progresiva y natural. Para el autor el sentido ético se fortalece a medida que crece el niño. A los ocho años ya se tiene conciencia de sí mismo y de los demás, acepta que "fulano" es el mejor atleta, que "zutana" es la artista mejor dotada de la escuela, que "mengano" no es siempre justo, pero que es más divertido en aquel otro juego, la expansión de la gama y el refinamiento de sus estimaciones dan solidez a su panorama ético. Una moral vigorosa se basa en la relación con el mundo.

Para finalizar el tema de sentido ético infantil, concluiremos con una lista que Gesell elaboró respecto al niño de 8 años de edad.

- Es vulnerable a la crítica
- Es más responsable de sus actos. Generalmente hay alguna justificación en el hecho de culpar a otra persona. Quizá niegue su culpa, pero no la adjudica a otros. Se culpa así mismo. Siente necesidad de pedir perdón dice: "nunca volveré a hacerlo". Puede valorar sus propios actos y sentirse culpable de ellos.
- Decide fácilmente, aunque tiene dificultades con las cosas pequeñas de la vida. Sabe lo que quiere. Con frecuencia, puede atender al razonamiento y cambiar de parecer con cierta facilidad, sin embargo, le agrada salirse con la suya.
- Consciente de la bondad y la maldad, quizás trate de valorarlas. Bueno y malo ya no es simplemente lo que los padres permiten o prohíben. El niño quiere ser "bueno" y trata de serlo, quiere ser apreciado, trata de vivir, y vive no sólo sus propias normas, sino según las normas adultas tal como él las imagina.

- Un mayor sentido de valoración puede conducirle a creer que ha sido “malo” o que no ha llegado a vivir según sus normas, entonces quizá se sienta culpable.
- Interiormente infeliz si se porta mal, le desagrada admitir sus malas acciones.
- Cuando quebranta alguna norma quiere que se le perdone “me culpas” ¿“podría evitarlo”?
- Piensa en las cosas como bien y mal, ya no simplemente como “bueno” y “malo”
- Posee interés por la propiedad y las posesiones, le agrada adquirir, cambiar objetos: acumula, ordena, se deleita con sus posesiones.
- Quiere tener un lugar propio para guardar sus cosas
- Algunos cuidan bien sus posesiones, pero la mayoría continúa siendo descuidada.
- Su habitación y ropas, desordenadas, sólo ordena: su banca, sus libros y ciertos juguetes.
- Le gusta llevar a la escuela objetos relacionados con las materias escolares.
- Honestidad: el niño “necesita” lo que desea. Si no lo obtiene quizá tome dinero, el cual tiene ahora significado en función de lo que puede comprar. Puede apoderarse de dinero de la casa para invitar a sus amigos. Verdadero interés por el dinero y por adquirirlo en gran cantidad, le agrada ganar dinero en la casa, sabe cuánto tiene, cuánto se le debe, qué quiere comprar, cuánto le cuesta.
- Planea mentalmente o en base a catálogos lo que va a comprar. Ahorra para comprar cosas costosas, poco derroche de dinero en trivialidades, excepción hecha de los libros de historietas.
- Apogeo en el trueque, aumenta la habilidad en éste campo.
- Verdad: la expansividad puede llevarle a exagerar y a fanfarronear, pero distingue los hechos de la fantasía y toma las medidas necesarias para comprobar si el adulto cree sus historias. Muchos son veraces en asuntos que consideran de verdadera importancia.

RESUMEN

Si el niño contiene en su mente información respecto a los valores; al ser expuesto a los mensajes de Fundación Televisa los comprenderá y se dará a nivel cognoscitivo el proceso de reforzamiento de aprendizaje, de lo contrario, ¿Cómo va a aprender algo que no ha oído mencionar? El mensaje Tienes el valor o te vale nos parece puede ser eficaz en su interpretación en el niño de 8 años de edad debido a que se presenta el punto de vista de los antivalores, es decir, hacer un contraste podría permitir reforzar los valores en el niño y pretender el ansiado cambio de conducta.

La televisión si es sensatamente utilizada puede poseer un potencial positivo de aprendizaje y desarrollo, puede proporcionar al niño capacidades mentales parecidas a la lectura y la escritura: según la psicóloga Patricia Marks.¹

Se le debe enseñar al niño a ver la televisión con capacidad crítica y creadora y limitar el tiempo de exposición, o ver televisión con ellos para explicarles las diferencias entre fantasía y realidad. Jean Piaget² asegura que los niños aprenden explorando su ambiente, si la información encaja en sus conceptos existentes, ésta es asimilada; la repetición refuerza el aprendizaje. La televisión puede reforzar y modificar estereotipos sociales.

En Estados Unidos al día siguiente de la transmisión de un capítulo de la serie "Happy Days"³ Fonzie el protagonista tramitó su credencial para la biblioteca y se produjo un incremento al quintuple del número de lectores en las bibliotecas de ése país. Detalles como éste en programas de entretenimiento, pueden ejercer un efecto positivo en el comportamiento del niño. Si ver programas agresivos sirve para estimular en cierto grado los impulsos agresivos de los niños, por lo tanto, la publicidad y los programas de entretenimiento para niños deben contener mensajes que refuercen los valores universales como: prudencia, amistad, responsabilidad, deber, fortaleza, amor, lealtad, libertad, justicia, igualdad, templanza y veracidad.

¹ Marks Op. Cit. P 25

² Craig Grace J. y Woolfolk Anita E. Manual de Psicología y Desarrollo Educativo. Tomo I Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana S.A. México 1986 p 42-332 p.

³ Marks Op. Cit. P 77-78.

Para que la televisión refuerce temas como los valores morales es necesario que primero los vea, y aprenda de su entorno, de su hogar, de la escuela, y sólo así la televisión podrá ejercer efectos sobre sus creencias, actitudes y estereotipos, por su consistencia y repetición que les permitirá recordar los valores que están captando, aprendiendo e interiorizando.

CAPITULO III RESULTADOS DE LA ENCUESTA A NIÑOS DE 8 AÑOS DE EDAD.

Uno de los objetivos de ésta investigación es saber cómo interpreta el niño de 8 años de edad el mensaje "Tienes el valor o te vale" que respecto a los valores morales emite Fundación Televisa, para ello, aplicamos un cuestionario a 100 niños de nivel socioeconómico medio bajo, en dos Escuelas Primarias del Estado de México "20 de Noviembre" y "Generalsimo Morelos" ubicadas en la colonia Ampliación Remedios y San Bartolo. Encontramos que la mayor población de escolares proviene de las colonias: Ampliación Los Remedios, Las Huertas, Corralito, Loma Colorada, Los Arcos, La Rivera, Figueroa, San Bartolo y San Agustín, estas colonias forman parte del municipio de Naucalpan, en el Estado de México.

Se eligió ésta muestra debido a que es el estrato social más común en la sociedad mexicana, y de más fácil acceso.

A continuación, veamos los resultados y los cuadros de la encuesta realizada:

3.1.1 LA FAMILIA

Anteriormente, habíamos comentado la importancia de la familia como primera institución en la que el niño aprende desde la socialización, la solidaridad, el altruismo y el respeto, para constreñir el egoísmo y fomentar la solidaridad. En nuestra encuesta encontramos que el papel de los padres sigue siendo el principal en cuanto al cuidado y educación del niño, tal como lo revela el siguiente cuadro:

Cuando regresas de la escuela ¿quién te cuida?	
vecinos	0%
tíos, abuelos	10%
papás	27%
papá	3%
mamá	52%
nadie	8%

Los niños a quienes no cuida nadie corren el peligro de caer en conductas inadaptadas, salirse a la calle, encontrarse con gente peligrosa que puede dañarlos física y emocionalmente, si los padres de estos niños no transmiten reglas, normas y costumbres positivas, el proceso de desarrollo moral será tardado y difícil. Dejar solos a los niños casi siempre está determinado por el hecho de que los progenitores tienen que salir a proveer el sustento diario, como lo indica en siguiente cuadro:

¿Trabajan tus papás?	
a) mamá	5%
b) papá	56%
c) los dos	39%

3.1.2 OBLIGACIONES

Cuando ambos padres trabajan deben enseñar a los niños a seguir las reglas en el hogar, aprender que tienen que hacer ciertas tareas en su ausencia, respetar las normas sociales, nuestros encuestados nos indicaron que sí tienen algo que hacer en ausencia de sus padres:

¿Cuáles son tus obligaciones en el hogar?	
Tarea escolar	31%
Tarea escolar y ayudar en casa	64%
Otros, (Ver tv., jugar, sin obligaciones)	5%

Motivar al niño mediante la aprobación y desaprobación primero de sus padres o educadores y del grupo de compañeros después, le permite saber que hay normas aprobadas

y no aprobadas por ejemplo: nuestro niño sabe que pasar todo el día en la calle es una conducta no aceptable .

Pasar todo el día en la calle es:	
Malo; te roban	51%
Malo; te atropellan	24%
Te pasan cosas malas	20%
Es bueno si sales con tus papás	5%

3.1.3 DESARROLLO MORAL

En la segunda etapa del desarrollo moral del niño según Jean Piaget¹ los niños juzgan su conducta en función de su intención subyacente. Esta etapa comienza entre los 7 u 8 años de edad y se extiende hasta los 12 o más.

Inculcar al niño una disciplina va en función del objetivo de enseñarle a comportarse conforme a las normas del grupo social con el que se identifica.

En la Primera etapa del nivel 2 de "moralidad convencional"o de "reglas tradicionales y de conformidad"que Lawrence Kohlberg denominó "moralidad del niño bueno", éste se conforma a las reglas para obtener la aprobación y buenas relaciones con el grupo.

En la Segunda etapa de éste mismo nivel, los niños creen que si el grupo social acepta las reglas como apropiadas para todos sus miembros, se deben conformar a ellas para evitar la censura y la desaprobación de los demás.

Asimismo, es reprochable la mentira como lo vemos a continuación:

¹ Hurloc Op. Cit. P 415

**¿Cómo te sentirías si te preguntan si ya hiciste la tarea
contestas que si aunque no sea cierto?**

a) Mal; por que es mentira	69%
b) Mal; por que me regañan	16%
c) Otros:(por diversión, me reprueban)	15%

Jean Piaget y Lawrence Kohlberg,² en sus estudios del desarrollo moral infantil encontraron que el niño de 8 años generaliza más sus conceptos por ejemplo: se da cuenta que "robar es malo" en lugar de "es malo robarse una pelota" los conceptos generalizados que reflejan valores sociales se conocen como valores morales y éstos en los niños no permanecen estáticos, cambian conforme se amplía su horizonte social, y conforme se van asociando con más personas y con individuos cuyos valores difieren de los aprendidos en el hogar.

Ejemplifiquemos lo anterior con el cuadro siguiente:

Tomar un juguete que no es tuyo es:

a) Malo; no se deben tomar cosas ajenas	63%
b) Malo; me volvería ratero	21%
c) Malo; me regañan o me pegan	16%

Copiar en un examen es:

a) Malo; si el otro está mal reprobamos los dos	33%
b) Malo; por que no aprendería	47%
c) Malo; nos regaña la maestra	20%

² Ibid. P. 417

3.1.4 DISCIPLINA

Una disciplina democrática de padres a hijos y el uso de reglas sientan las bases para que el niño vaya conociendo los conceptos morales, las hay en el hogar, en la escuela, en el grupo de amigos etc. "Conforme el niño va creciendo aumenta su capacidad intelectual, comienza a ver similitudes entre algunos conceptos específicos los va asociando con otros y se hacen conceptos morales generales conocidos como valores morales; así los niños desarrollan códigos de moralidad. Descubren lo que es malo y por qué, cuanto más similares sean las reglas para varias ocasiones, más sencillo les será a los niños aprender los conceptos morales".³

La probidad moral se funda en el respeto, la generosidad, éstos valores en nuestra muestra infantil se hace notar en manifestaciones de amor, cariño y ternura a sus abuelos en las siguientes cifras:

Respetas a las personas mayores:	
a) por que quieres	88%
b) por que te obligan	12%

¿Quieres a tus abuelitos?	
a) si	99%
b) no	1%

El 1% que indicó que no dijo que por que no convive con ellos, casi no los visitan, y que no les manifiestan cariño por que no les compran dulces.

Alfonso Reyes en su libro Cartilla Moral ⁴ escribió que es imprescindible el respeto a todas las personas, a las obras de las personas ya que detrás de cada cosa que fabrican ésta una parte del tiempo de una persona, así por ejemplo no deben destruirse teléfonos públicos, ni pintar fachadas, se debe respetar a cada uno de los miembros de la sociedad e impedir violación de respetos.

³ Ibid p 421.

⁴ Op. Cit. 33.

“Los niños deben conocer también el respeto a la ecología a los seres vivos y a todo lo que despierte el arte de la contemplación, a todo lo que contribuye a la felicidad, a desarrollar el espíritu de conservación y la inteligencia, cuidar el ambiente, la ecología y todo lo que nos rodea significa que la persona ha alcanzado el nivel del bien en el que se confunden el bien y la belleza y la obediencia al mandamiento moral.”⁵

3.1.5 MEDIOS MASIVOS

En el desarrollo moral del niño, los valores le ayudan a ordenar el mundo en función de su participación en el, lo orientan hacia su medio cultural, influyen en el contenido de sus percepciones y lo sensibilizan para percibir ciertas clases de objetos y relaciones.

La televisión en su culto al héroes puede influir en las clases de valores que el niño interioriza, por ejemplo, puede afectar el potencial o inhibitorio de la obligación moral y el desarrollo de sentimientos de culpa o vergüenza que pueden llevar a un niño a no realizar un acto socialmente no aprobado.

Otro objetivo de la presente investigación es saber si la televisión influye para que el niño refuerce los valores morales a través de la identificación con los personajes del mensaje “¿Tienes el valor o te vale”?: Veamos lo que nos contestaron nuestros niños al preguntarles si:

Si ves que a alguien se le cae un billete ¿lo devolverías?	
a) si, por que no es mío	65%
b) si, esa persona lo puede necesitar	13%
c) no devolverlo sería robar	16%
d) me lo dejo yo	6%

⁵ Reyes Op. Cit. P 30.

El primer efecto de la televisión en el niño es el proceso de identificación con sus superhéroes; Batman, El hombre araña, Superman etc., algunos presentan a la violencia y la crueldad como actitudes dignas de elogio.

Hay programas en la televisión que presentan sugestivamente información para ejecutar actos criminales pero según las enseñanzas y la formación de los educadores, y los valores morales que el niño ya conceptualizó y generalizó a nivel cognitivo; el niño podrá resistir la tentación de realizar actos socialmente no aprobados.

Pero ¿nuestros encuestados se identifican con los “buenos”? a continuación sus respuestas:

¿Recuerdas el comercial en la televisión de una niña que devolvió un monedero olvidado en el mercado?	
a) si, la niña es buena	58%
b) si, la niña es honesta	30%
c) no recuerdo el comercial	12%

El niño cuando está expuesto a la televisión ¿se identifica con los “buenos” (los niños que no se quedan con el billete que no es suyo; con la niña que devuelve el monedero, con el niño que da el asiento a una señora, el niño que ayuda a otras personas) o se identifica con los “malos” (el adolescente que se roba la luz, el que se roba los “tapones”, el niño que no se levanta temprano, con el policía corrupto, etc.)

A continuación el cuadro nos revela con quien se identifica el niño;

¿Recuerdas el comercial de televisión en el que un muchacho después de robar los tapones de las llantas de un coche piensa: “Con estos tapones saco una luz”?	
a) Si recuerdan el mensaje y no se identificaron con el adolescente por que es malo robar.	56%
b) No recuerdan el comercial pero piensan que es malo robar.	44%

En cuanto a teoría de la comunicación, es importante que el receptor conozca el tema que se está transmitiendo además el mensaje debe acercarse a sus intérpretes o receptores a una comprensión correcta. El investigador Miller Steward definió: “La relación entre mensaje y comprensión apunta hacia un análisis de la relación entre un sistema de pensamiento, un sistema de pensamiento es una disposición coherente y ordenada de ideas o creencias respecto de un tema”⁶

Para Willbur Schramm el lenguaje posee un gran poder en el desarrollo del niño, “es importante lo mágico y las palabras mágicas que posee la sociedad de masas.” Fundación Televisa mitifica los valores morales con símbolos clave:

“la honestidad es un valor único”

“el respeto es un valor único”

“por que tenemos que hacer algo”

Nuestros niños, ¿entendieron el mensaje? Veamos el cuadro siguiente:

⁶ Steward Op. Cit. P 58-63.

Completa la frase:

“la honestidad es un valor _____”

“tienes el valor o te _____”

a) recordó la frase	77%
b) no recordó la frase	3%
c) tiene la idea a medias	20%

Los psicólogos Carl Hovland y Kart Lewin junto con Paul F. Lazarsfeld⁷ iniciaron el modelo del flujo de comunicación definieron la unidireccionalidad de los medios, nos encontramos aquí en pleno término conductismo “las opiniones son consideradas como respuestas verbales que da el individuo en respuesta a situaciones-estímulo, este es un enfoque psicológico en el estudio de actitudes y opiniones individuales”.

Veamos la opinión infantil de cómo ser un niño bueno, en el sentido de si el niño modifica su conducta y se da el estímulo-respuesta:

Da un ejemplo de cómo ser un niño bueno ¿por qué?	
a) No supo contestar	13%
b) Ser honrado y honesto	5%
c) Portarse bien y ayudar	82%

3.1.6 LA MORAL

Para Adolfo Sánchez Vázquez⁸ la moral es un sistema de normas, principio y valores, de acuerdo con el cual se regulan las relaciones mutuas entre los individuos, o entre ellos y

⁷ De Moragas Op. Cit. P 256.

⁸ Sánchez Vázquez Adolfo. Ética Editorial Grijalvo 37ª. Edición. México 1969. 245 p.

la comunidad, de tal manera que dichas normas, tienen un carácter histórico y social, y que se acaten libre y conscientemente y no de un modo mecánico, exterior o impersonal.

¿Qué son los valores?

Para el autor Sánchez Vázquez las propiedades de algún objeto, pueden ser llamadas también "humanas" en cuanto a que el objeto que las posee sólo existe como tal en relación con el hombre (es decir, si es contemplado, utilizado o cambiado por él) "Vale" no como objeto en sí, sino "para" el hombre. El objeto valioso no puede darse al margen de toda relación con un sujeto, ni independientemente de las propiedades naturales, sensibles o físicas que sustentan su valor.

Un valor es:

- Una resolución de ánimo.
- Grado de utilidad de las cosas.
- Fuerza o virtud de las cosas para producir efectos.
- Es algo que se considera importante, estimable, apreciado y necesario, que hace a uno sentirse bien y eleva el espíritu. Es todo aquello que con la experiencia se va cuidando y amando.
- No son cosas ni elementos de las cosas, sino propiedades, cualidades sui generis que se poseen o poseen ciertos objetos y por lo cual son apreciados.

Los valores no son tangibles para los niños están acostumbrados a los estímulos "hago esto por que luego voy a recibir aquello" los valores los van a entender hasta que los vivan y con el tiempo se van a ver los resultados.

La Licenciada Alicia Lebrija Hirschfeld⁹ Directora de Educación y Capacitación de la Fundación Televisa la cual creó y emite el mensaje sobre valores, nos comentó que la intención de éste es hacer reflexionar a los padres que los valores se viven, el ejemplo es más importante que una definición "ésta no me sirve a mí para educar ni para vivirlo, hay que tener patrones de conducta y así como se tienen buenos, se tienen viciados y los niños como "esponjas" los están absorbiendo" y efectivamente, a nuestro niño no le preocupa una definición; no la conoce, sólo algunos de nuestros encuestados saben lo que son los valores:

⁹ Ver en el segundo capítulo de este trabajo entrevista realizada.

Qué es un valor moral?	
a) No saben	70%
b) Sí saben	30%

Los niños que contestaron que sí saben lo que es un valor moral, lo relacionan con ayudar a los demás, ser bueno haciendo el bien, no robar, respetar no burlándose de los demás, no mentir, tener buenos modales, aplicar lo que les enseñan sus papás, ser honesto y no tirar basura.

Los valores son siempre valores. Sin embargo existen valores y antivalores. Para conocer si es un valor o antivalor (lo contrario de), se debe poner atención en el momento de vivirlo, cómo se está sintiendo, si se siente frustrado (a) o incómoda (o), o si le surge un sentimiento de culpa, entonces está en un antivalor. El vivir un valor real energiza, se siente libre de culpa, libre de mitos, libre de aprendizajes negativos o destructivos. Para emprender este camino de la revisión de los valores necesita trabajar en el conocimiento de sí misma (o), pues si no se conoce, no se acepta, no se respeta, por lo tanto no se valora.

Tratemos de ser auténticos en este proceso de revisar nuestros propios valores, y de esa manera habremos logrado un gran avance en el camino del crecimiento.

Enseñar los valores morales a los niños tiene que ser en la casa, la escuela es un complemento de la educación, la palabra no les va a decir nada, los niños empiezan a juntar las acciones, los valores los van a entender hasta que los vivan y con el tiempo se van a ver los resultados.

A continuación, veamos la definición de Valores y Antivalores proporcionada por la Dirección de la Estancia Infantil "Lic. Isidro Fabela" del D.I.F. (Desarrollo Integral de la Familia), en Naucalpan, Estado de México.

3.1.7 VALORES Y ANTIVALORES

Amistad: Capacidad de amar con reciprocidad y ayuda mutua que nace y se fortalece con el trato. **Antivalores:** enemistad, antipatía, enfrentamiento, egoísmo, rivalidad, envidia.

Patriotismo: Capacidad de actuar con amor a la Patria, tributarle el honor debido, reforzando y defendiendo el conjunto de valores que representa. Antivalores: traición, indiferencia, apatía, deslealtad, antidemocracia.

Ecofilia: Capacidad de amar y estar en armonía con la naturaleza. Antivalores: contaminación, descuido, despilfarro, sobreexplotación.

Obediencia: Capacidad de afrontar las reglas y normas que tiene la vida diaria y respetarlas. Antivalores: Egoísmo, egocentrismo, abuso, prepotencia, engreimiento, desobediencia, rebeldía injustificada.

Valentía: Capacidad de enfrentar y superar temores infundados. Antivalores: cobardía, miedo, temor, timidez, pusilanimidad, temeridad.

Respeto: Capacidad de actuar conforme a los derechos de los demás, a su condición y a sus circunstancias. Antivalores: Calumnia, prejuicio, engaño, atropello, arbitrariedad intolerancia.

Perseverancia: Capacidad de llegar hasta el final en lo que se inicia y es conveniente. Antivalores: Inconstancia, pereza, desánimo.

Orden: Capacidad de tener cada cosa en su lugar y un lugar para cada cosa. Antivalores: Desorden, desorganización, indisciplina.

Responsabilidad: Capacidad de afrontar el deber y asumir las consecuencias de los propios actos. Antivalores: Irresponsabilidad, incumplimiento, inconstancia.

Resistencia: Capacidad para tolerar dificultades cuando se busca un bien. Antivalores: Desfallecimiento, debilidad, pereza, abandono.

Laboriosidad: Capacidad para trabajar utilizando todos los esfuerzos para realizar bien el servicio o producto que queremos obtener. Antivalores: Pereza, precipitación, negligencia.

Generosidad: Dar a otros conforme a sus necesidades y más. Antivalores: Egoísmo, avaricia, codicia, mezquindad, tacañería.

Sobriedad: Capacidad de distinguir entre lo que es razonable y lo inmoderado para regular los placeres que pueden dañar la búsqueda de un bien. Antivalores: Irreflexión, vicios, desmesura, abuso.

Automotivación: Capacidad para encontrar motivos valiosos y propios. Antivalores: Desmotivación, indiferencia, negligencia.

Autenticidad: Capacidad para ser cada vez más uno mismo. Antivalores: Vanidad, falsedad, fingimiento, hipocresía, impostura.

Alegría: Capacidad de ejercitar el optimismo y tener una actitud positiva ante la vida.

Antivalores:

negatividad,

bobería

Quién te ha transmitido esos valores?	
a) papás	77%
b) escuela	15%
c) familiares	2%
d) amigos	0%
e) la televisión	13%

Tristeza,
simpleza,
desánimo.

Puntualidad: Capacidad de hacer las cosas a tiempo. Antivalores: Pereza, indiferencia, negligencia, impuntualidad. desorden.

Nuestros encuestados al preguntarles cuáles son los valores morales nos contestaron lo siguiente:

¿Cuáles son los valores morales?	
a) No sabe	79%
b) Si sabe	21%

Este 21% que contestó que si sabe cuáles son los valores los relacionó con ayudar, respetar, ser buenos, honestos, obedientes, ser amistosos, no molestar a los demás, no decir groserías, portarse bien e ir a la escuela.

Un 77% de los encuestados no supo decirnos para que sirven los valores morales y sólo un 23% nos dijo que para llevarse bien, para respetar, para ser buenos, para crecer educados, para trabajar.

Al finalizar la encuesta les preguntamos cual fue el medio por el que conocieron esos valores y el principal medio fue:

CONCLUSION

Preguntar a los niños quien los cuida en su hogar, se hizo con la intención de saber quién puede ser influencia en el desarrollo moral, después de los profesores y los compañeros de juegos.

Las preguntas de la 3 a la 4, van en relación de confirmar si el niño está diciendo la verdad. Fueron hechas para saber si los padres o cuando menos la madre, está con ellos en el hogar, si tiene el niño, obligaciones en el hogar, esto lo apartaría un poco de la calle y el ocio, que puede ser negativo para la formación del desarrollo moral infantil, los vuelve perniciosos y hace la situación propicia para recibir influencias que vayan en contra de lo socialmente aceptable.

Al preguntarles a los niños, si pasar todo el día en la calle es bueno o malo y ¿Por qué? Respondieron que es malo, pero no porque sus papás los castigaran, u obedecieran su autoridad, más bien, ya empiezan a esta edad a pensar en forma lógica, es decir, los pueden robar, atropellar o sucederles "otras cosas malas", pero no mencionan el castigo de la autoridad. En la pregunta 5 los niños respondieron que se sentirían mal, no por el castigo que van a recibir, sino que es una mentira. Hacia los 8 años de edad el niño empieza a comportarse de manera aceptable, para sentirse bien consigo mismo, para agradar a los amigos y a sus padres.

El Regaño o el castigo físico ya no es el primer impedimento para no copiar en un examen, o no tomar un juguete que no es suyo, el niño ya hace inferencias en cuanto a que no debe tomar cosas ajenas, que no quiere ser "ratero"o que no quiere reprobar si copia a algún compañero, e incluso asegura que si copia no aprendería, en lugar de contestar que no copiaría por el regaño o castigo al que se haría acreedor.

El valor del respeto a los demás y a los mayores, ya está presente a ésta edad, es capaz de responder que respeta a las personas mayores por que así lo desea, no porque lo obliguen sus padres; las preguntas 8 y 9 van en relación a este tema.

Les preguntamos; si ven que a alguien se le cae un billete lo devolvería, contestaron que sí, por que no es suyo, que sí por que esa persona lo puede necesitar, y por que no devolverlo sería robar, una vez más, comprobamos que el niño a nivel cognitivo ya hace deducciones válidas, con lógica y las clasifica.

Contestar afirmativamente la pregunta número 11 sirvió para saber si el mensaje fue entendido, consideran a la niña protagonista que vieron en la pantalla como una niña buena por que devolvió un monedero que una señora olvidó en el mercado, se identifican con la niña honesta y buena, y no se identifican con el adolescente que se roba la luz y los "tapones" de un coche.

La respuesta que esperábamos fue la que obtuvimos por parte de los encuestados, hay identificación con los personajes "buenos" de la televisión, entonces, hay una interpretación positiva del mensaje, está llegando a un segmento de la población, tal como era la intención de Fundación Televisa; ejemplificar que él puede ser diferente, que debe ser honesto, respetuoso, responsable y generoso, los encuestados contestaron las preguntas 10, 11, y 12 de manera positiva, tal como el encuestador lo esperaba, ya que confirma la hipótesis: Al contemplar conductas sociales positivas, de niños de su edad, con quienes podría identificarse, éstas influyen en él, como espectador para que actúe también mejor desde el punto de vista social.

La segunda hipótesis de éste trabajo es: Si los programas de televisión agresivos, estimulan la agresividad, entonces, la televisión influye en el reforzamiento de los valores como: prudencia, amistad, responsabilidad, deber, fortaleza, amor, lealtad, libertad, justicia, igualdad, templanza y veracidad. Lo importante en este punto es, limitar a los niños el tiempo de exposición a los programas nocivos, es aconsejable ver televisión con ellos, para orientarlos respecto a las conductas no aceptables socialmente e inducirlos al juego. Lo lúdico es el elemento más importante en el desarrollo cognitivo del infante.

Contestar el cuestionario como lo esperaba el encuestador, sirvió para comprobar la tercera hipótesis de este trabajo: Si el niño de 8 años de edad ya conoce los valores universales, entonces, sabrá contestar satisfactoriamente un cuestionario que habla sobre valores. Y lo contestó satisfactoriamente, pero no conoce la definición de los valores universales, sabe cómo ser un niño (a) bueno, para él es no poner "apodos", no correr por que "tira" a los más pequeñitos, respetar, no mentir, tener buenos modales, no tirar basura en el piso, ser honesto y aplicar lo que les dicen sus padres, pero no saben cuáles son los valores morales, ni qué es un valor moral, pero sí saben para qué sirven. Las preguntas 14 a la 17 van en función de saber si el niño de 8 años sabe qué es un valor, cuáles son y para qué sirven.

Con esto, confirmamos la observación de la Lic. Alicia Alebrija; al afirmar que a los niños no les sirve una definición de los valores, tienen que vivirlos, y los padres reflexionar para no ofrecerles un acontecer tan contaminado. La unión hace la fuerza, si todos los individuos hacemos un esfuerzo por combatir los antivalores y la corrupción, los resultados serían mejores.

A continuación, se anexa el cuestionario que contestó una muestra infantil de 100 niños de 8 años de edad, de nivel socioeconómico medio bajo, en dos escuelas primarias de un área conurbada del Estado de México, municipio de Naucalpan

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES PLANTEL ACATLAN

Tema: ¿Cómo interpreta el niño de 8 años de edad el mensaje "¿Tienes el valor o te vale?" que respecto a los valores morales emite Fundación Televisa a través de los canales 2, 4, 5 y 9 de la televisión pública.

Edad: Grado: Dirección:

1.- Cuando regresas de la escuela ¿quién te cuida?

- a) Unos vecinos b) Mis tíos y abuelos c) Mis papás
d) Mi papá e) Mi mamá f) Nadie

2.- ¿Trabajan tus papás?

- a) mamá b) papá c) los dos

3.- ¿Tienes asignadas obligaciones en tu casa ?

- a) si b) no

¿Cuáles?

4.- ¿Pasar todo el día en la calle es:

- a) bueno b) malo

¿por qué?

5.- ¿Cómo te sientes si te preguntan si ya hiciste la tarea y tú contestas que sí aunque no sea cierto?

- a) bien b) mal

¿por qué?

6.- ¿Tomar un juguete que no es tuyo es:

- a) bueno b) malo

¿por qué?

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

117A

7.- ¿Copiar es un examen es:

- a) bueno b) malo
¿por qué?

8.- ¿Respetas a las personas mayores:

- a) por que quieres b) por que te obligan

9.- ¿Quieres a tus abuelos?

- a) si b) no
¿cómo se los demuestras?

10.- ¿Si vas por la calle y ves que a alguien se le cae un billete se lo entregartas?

- a) si b) no
¿por qué?

11.- ¿Recuerdas el comercial en la televisión de una niña que devolvió un monedero olvidado en el mercado?

- a) si b) no
¿te gustaría ser como la niña?
a) si b) no
¿por qué?

12.- ¿Recuerdas el comercial de la televisión en el que un muchacho después de robar los tapones de las llantas de un coche piensa "con estos tapones saco una luz" ?

- a) si b) no
¿es bueno o malo?

¿te gustaría ser como el?

- a) si b) no
¿por qué?

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

13.-Completa la frase:

"La honestidad es un valor _____"

"¿Tienes el valor o _____"

14.- Da un ejemplo de cómo ser una niña (o) bueno
¿por qué?

15.- ¿Qué es un valor moral?

16.-¿cuáles son los valores morales?

17.- ¿Para que sirven?

18.-Enumera en orden de importancia quién te ha enseñado los valores
morales

- a) mis papás
- b) en la escuela
- c) otros familiares
- d) mis amigos.

117C

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

RESUMEN

Los niños utilizan la televisión como fuente de la que extraen material para organizar e interpretar sus experiencias, para prepara su vida futura como estudiantes, como miembros de un matrimonio, como miembros de un grupo profesional o de empleo y consideramos que la televisión es una fuente importante de influencia sobre el niño.

EL autor Wilbur Scramm¹ considera que la televisión influye sobre los valores y la moralidad de los niños si:

- a) La influencia psicológica de la televisión se da cuando los valores y los mismos puntos de vista se repiten en una serie de programas.
- b) La eficacia depende de la fuerza dramática con que los valores se presentan.
- c) Influyen los valores cuando están más ligados a los intereses y necesidades inmediatas del niño.
- d) Los valores transmitidos por la familia son la principal fuente para la aceptación o el rechazo de algún programa de televisión.

Los estudios del psicólogo Paul. F. Lazarsfeld² revelaron que: los seres humanos crean y gratifican las necesidades, y muchas de ellas están relacionadas con los medios: las funciones que cumplen los medios son:

- 1.- Obtener información o consejo para la vida cotidiana.
- 2.- Dar estructura a la propia existencia.
- 3.- Prepararse culturalmente para las exigencias del "ascenso social".
- 4.- Ver conformada la dignidad y utilización de la misión de cada uno en la vida.

Estudiosos de la Comunicación como Wilbur Schramm y la Dra. Eleanor Mac Coby³ encontraron que la aceptación del niño en su familia y en la escuela produce esquemas de exposición a los medios, igual que las dietas de fantasía y realidad y afectan los usos que hacen de los medios según sus necesidades. Los niños que atraviesan por dificultades o conflictos con sus padres, dedican mucho tiempo a la televisión y la selección de sus programas se ven afectadas por la educación y gustos de sus padres.

¹ Schramm Op. Cit. P 134.

² De Moragas. Op. Cit. P 255-265.

³ Schramm Op. Cit. 130-134.

Tanto los niños como sus educadores al estar expuestos a la televisión, pueden comentar los programas, los adultos resaltar actitudes positivas para la socialización del niño, enseñarle la intención de la publicidad y orientar la capacidad crítica del niño.

Comunicólogos: con esta Teoría podemos trabajar desde las gratificaciones a las necesidades por ejemplo: en el campo de la información, la función de vigilancia puede remontarse a un deseo de seguridad, curiosidad, un empuje exploratorio, buscar el refuerzo de las actitudes y valores propios que pueden derivar de una necesidad de estar seguro de que se tiene la razón; los intentos de correlacionar los elementos de la información pueden surgir de una necesidad de desarrollar el propio dominio cognoscitivo del ambiente.

La situación social produce tensiones y conflictos que presionan su alivio mediante el consumo de los medios masivos. La situación social crea conciencia de los problemas que exigen atención y es posible buscar información sobre ellos. La situación social ofrece pocas oportunidades para satisfacer ciertas necesidades las cuales son orientadas hacia los medios para un servicio complementario, suplementario o sustitutivo. La situación social hace surgir ciertos valores cuya afirmación y refuerzo son facilitados por el consumo de materiales adecuados a los medios, por lo tanto, la televisión contribuye al reforzamiento de los valores morales de la sociedad.

GLOSARIO

• Cambio de foco (Throwing focus)

Método por el cuál, al existir una notoria diferencia de foco entre dos planos distintos de una escena (generalmente planos cortos de intérpretes) se desenfoca al que está nítido y se enfoca al que está desdibujado.

• Corte (Cut)

Orden brindada por el realizador para informar a su equipo que el plano ha sido registrado completamente y que debe cesar el registro de imagen y sonido y la acción representada.

• Contrapicado (Low angle)

Toma desde un ángulo inferior a la línea de la vista del sujeto que encuadra o de un apersona de altura normal. Agrega énfasis al plano o al personaje que cubre poniendolo en posición dominante.

• Escena (Scene)

Episodio compuesto por planos, con acciones varias en continuidad de tiempo e inclusión de diálogos.

• Guión a dos columnas (Two column script)

Habitual forma de presentar un guión de cortometraje y largometraje, en algunos países europeos e Iberoamérica. El texto está desarrollado a dos columnas verticales. En la izquierda se describe los planos, las numeraciones, la descripción de la acción y aspectos visuales. En la derecha se incluye los diálogos, el comentario y el detalle de los efectos sonoros. En los países anglosajones este tipo de guión se utiliza en producciones de cortometraje.

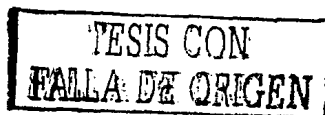
• Plano detalle. PD

Es un plano referido, normalmente, a objetos pequeños que no guardan relación directa con el cuerpo humano. Así un reloj, unas gafas, un libro etc. Sirve para reconocer objetos aislados.

• Plano tres cuartos o plano americano. P3/4 o PA

La figura del personaje se corta por las rodillas con lo que el sujeto se amplía respecto a los planos precedentes. sugiere la sensación de acercamiento del espectador hacia el sujeto.

• Plano Medio. PM



La base del encuadre corta al sujeto por debajo del pecho. Existen variaciones, como es el caso del plano medio corto (PMC), y plano medio largo (PML), por encima y por debajo de los límites del plano medio respectivamente.

- Primer Plano. PP

El rostro ocupa la mayor parte de la pantalla y desplaza a todos los elementos del entorno. Incluye parte del hombro. El gesto adquiere aquí gran relevancia.

- Primerísimo plano o gran primer plano. PPP o GPP

Incluye una parte incompleta del rostro y su fin es el de dirigir toda la atención del espectador sobre dicho rostro es norma no excluir la parte inferior de la cabeza, la barbilla, ni la boca del sujeto. la expresividad de este tipo de plano es tan elevada que su ejemplo se restringe a usos muy excepcionales.

- Gran plano general o plano general largo. GPG o PGL

La escenografía predomina sobre el personaje que ocupa una pequeña parte.

- Plano General. PG

El encuadre abarca no sólo el personaje completo sino también a parte de campo reacción del mismo, contiene aunque menos que el anterior gran cantidad de información que obliga a mantenerlo en pantalla el tiempo suficiente para permitir su asimilación por el espectador.

- Plano entero o plano conjunto. PE o PC

El personaje aparece de cuerpo entero dejando un pequeño margen contextual la parte inferior de la imagen y un margen mayor en la parte superior. El personaje predomina sobre el contexto.

- Panorámica horizontal (panoramic)

Movimiento de giro horizontal efectuado por la cámara y destinado a cubrir un mayor campo de la escena.

- Toma. (take)

registro de audio y video que comienza y termina con la puesta enmarca y detención del equipo de registro.

BIBLIOGRAFIA

1. Alfonso Reyes. Cartilla Moral. Editorial Fondo de Cultura Económica. SEP ediciones México. 38 p.
2. Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos. INEGI Instituto Nacional de Geografía e Informática. Edición 2001 México.
3. Ausubel David P y Sullivan Edmund V. Desarrollo Infantil, el desarrollo de la personalidad. Editorial Paidós. Buenos Aires, Argentina 1991 262 p.
4. Barroso García Jaime. Introducción a la realización televisiva. Instituto Oficial de Radio y Televisión. Madrid, España. 482 p.
5. Borrego Salvador. Periodismo Trascendente. 15ª. edición México 232 p.
6. Brugger Walter. Diccionario de Filosofía. Editorial Herder. Barcelona, España. 1978 9ª. edición, 394p.
7. Copleston F.C. El Pensamiento de Santo Tomás de Aquino. Fondo De Cultura Económica. México 592p.
8. Craig Grace J. y Woolfolk Anita E. Manual de Psicología y Desarrollo Educativo. Tomo I. Editorial Prentice. Hall-hispanoamericana. México 1986. 332 p.
9. De Moragas Spá. Miquel. et. al Sociología de la Comunicación de Masas. Editorial Gustavo Gijli S.A. 3ª. Edición Barcelona, España 613 p.
10. Enciclopedia de Psicología Vol. I Editorial Océano Barcelona, España. 216 p.
11. Enciclopedia de Psicología Vol. IV Editorial Océano Barcelona, España. 204 p.
12. Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales. Dirigida por Sills David L. Ediciones Aguilar Vol. III Madrid España 1974 453 p.
13. Fromm Erich. Ética y Psicoanálisis. Fondo de Cultura Económica 14ª. reimpresión 1986 México 278 p.
14. Gesell Arnold et al. El niño de cinco a diez años. Editorial Paidós. Buenos Aires, Argentina 452 p.
15. Guajardo Horacio. Teoría de la Comunicación Social. Gernika 4ª. edición 1986 México 155 p.
16. Hurlock Elizabeth. Desarrollo del Niño. Mac Graww Hill. 6ª. edición México 1994 608 p.

17. Lavalle María Lic. Delincuencia de los Menores. Biblioteca de la Jurisprudencia de Campeche. 2ª. edición 1949 319 p.
18. Lawrence Kohlberg et al. La Educación Moral según, Gredisa Editorial Barcelona, España 1997 355 p.
19. Marks Greenfield El niño y los Medios de Comunicación Patricia. Morata ediciones 1984 Madrid España 243 p. Schramm Wilbur. Ciencia de la Comunicación Humana. Oble editorial. 1975 México 166 p.
20. Martínez Hernández Ifigenia. Algunos Efectos de la Crisis en la Distribución del Ingreso en México. Editorial Fondo de Cultura Económica. UNAM. 1989 134 P.
21. Merani Alberto. Enciclopedia de Psicología. Editorial Grijalva. México. 270 p.
22. Miller George A. Psicología de la Comunicación. Editorial Paidós Barcelona, España. 1980 155 p.
23. Newman Bárbara M. y New Phillip R. Manual de Psicología Infantil. Vol. II. Ediciones Ciencia y Técnica, S.A. México 1991. 574 p.
24. Peter R.S. Desarrollo Moral y Educación Moral. Editorial Fondo de Cultura Económica. México. 1984. 241. p.
25. Poviña Alfredo. Diccionario de Sociología a través de los sociólogos. Tomo I. Editorial Astrea. Buenos Aires, Argentina. 1927. 299 p.
26. Prieto Castillo Daniel. Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa. Premia Editora. México 3ª edición 1987. 181 p.
27. Reyes Alfonso et al. Los Clásicos Tratados Morales. Editorial WM Jackson Inc. USA, 7ª. Edición 1974 439 p.
28. Ritzer George. Teoría Sociológica Clásica. MacGraww-Hill 16ª. edición Madrid, España 1993 494 p.
29. Sánchez Vázquez Adolfo. Ética. Editorial Grijalvo. 37ª. Edición. México 1969. 245 p.
30. Sills David P. Editorial Aguilar Vol. IV Madrid, España 1974 796 p.
31. Steward Daniel K. Psicología de la Comunicación Teoría y Análisis. Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina 1973, 2ª. edición 242 p.
32. Strommen Ellen et. al. Psicología del Desarrollo Editorial. Edad Escolar. El Manual Moderno S.A. de C.V. 3ª. Reimpresión 1984 México 362 p.

33. Tocaven Roberto Dr. *Psicología Criminal*. Instituto de Ciencias Penales México 1990. 157 p.
34. Warren Howard c. *Diccionario de Psicología*. Editorial Fondo de Cultura Económica. México. 464p.
35. Wolf Mauro. *La investigación de la comunicación de Masas*. Editorial Paidós 1991 México 318 p.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN