



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA  
DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES  
DIVISIÓN DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
CENTRO DE ESTUDIOS SOCIOLÓGICOS**

**LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA EDUCACIÓN.  
UN ANÁLISIS DE LA TELEVISIÓN EN LA FORMACIÓN DE  
LOS ALUMNOS DEL CENTRO DE ESTUDIOS CIENTÍFICOS Y  
TECNOLÓGICOS NO. 12 “JOSÉ MARÍA MORELOS Y PAVÓN”  
DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL**

**T E S I S  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN SOCIOLOGÍA  
P R E S E N T A  
JONATHAN VELASCO JIMÉNEZ**



Director de tesis :  
Dr. Moisés Cruz Gayosso

México, D.F., 2011



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



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

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

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

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

## CONTENIDO

Introducción .....	iii
--------------------	-----

### **CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL Y REFERENCIAS FUNDAMENTALES**

1.1 Formas de pensamiento .....	1
1.2 Opinión Pública .....	10
1.3 Medios de comunicación .....	21
1.4 Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) .....	32
1.5 Teorías de la acción .....	36
1.5.1 Max Weber .....	38
1.5.1.1 Tipo ideal .....	42
1.5.2 Talcott Parsons .....	46

### **CAPÍTULO II ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y MARCO JURÍDICO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO**

2.1 Origen de la televisión .....	51
2.2 Televisión en México .....	56
2.3 Marco Jurídico .....	63
2.4 Función social .....	72

### **CAPÍTULO III ANÁLISIS DE MEDIOS E INFLUENCIA MEDIÁTICA EN LOS ADOLESCENTES DEL CENTRO DE ESTUDIOS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS No. 12 “JOSÉ MARÍA MORELOS Y PAVÓN” DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL**

3.1 Educación .....	77
3.2 Instituto Politécnico Nacional .....	86
3.2.1 Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos No. 12 “José María Morelos y Pavón” .....	95
3.3 Los usos y servicios de Internet en la educación .....	100
3.4 La Hermenéutica de la influencia mediática a través de la teoría de Max Weber .....	105

3.5 La televisión como <i>mass media</i> .....	111
3.6 Zygmunt Bauman y el fenómeno de consumo .....	117
3.7 El Interaccionismo Simbólico en Erwing Goffman .....	124

**CAPÍTULO IV**  
**MANIFESTACIÓN DE LA INFLUENCIA MEDIÁTICA**

4.1 Análisis de encuestas a los adolescentes del Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos No. 12 “José María Morelos y Pavón” del Instituto Politécnico Nacional . .....	128
Conclusiones .....	140
Fuentes de información .....	143
Siglas y acrónimos .....	149
Anexo I Encuesta: Medios de comunicación y la educación. Un análisis de la televisión en la formación de los alumnos del CECyT No. 12 del IPN .....	151

## DEDICATORIAS

*A mis padres Víctor y María Estela por brindarme la dicha de culminar mi carrera profesional, a través de sus esfuerzos reflejando la mejor herencia.*

*A mis hermanos Víctor, Rafael, Leonardo, Miguel Ángel, por depositar en mi el valor de un ejemplo en sus familias. A Sergio y Armando por sentirse orgullosos de lo que he logrado.*

*A Eduardo Luis Feher que me acompañó y motivó a ser de éste en sueño realizado, agradeciendo siempre su tenacidad e intensión por envolverme de cultura, convirtiéndose en mi compañía al descubrir horizontes.*

*A mis compañeros de clase y amigos, especialmente a Dulce María Alvarado Barrera, Melisa Sánchez Rodríguez ...lo logramos!!*

## AGRADECIMIENTOS

*A mi Alma Mater la Universidad Nacional Autónoma de México, quien me ha dado el privilegio de sentirme orgulloso de pertenecer a ella. A la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales por brindarme en sus aulas, las herramientas para ser un profesionista.*

*A mi asesor el Dr. Moisés Cruz Gayosso por manifestar su empeño en la realización de mi trabajo, que a pesar de la distancia y de sus actividades, procuró darme un espacio.*

*A mi sínodo el Dr. Eduardo Luis Feher, la Dra. María Esther Navarro Lara, la Dra. María del Carmen Muñiz Rangel y la Mtra. María Isabel Talamantes Márquez, por su accesibilidad en la revisión de este trabajo.*

*Al Mtro. Iván Ismael Escoto Mora por brindarme su ayuda en la aplicación de la encuesta a los alumnos del Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos No. 12 del Instituto Politécnico Nacional.*

*A Lizbeth Avendaño, Harold Serrano, Adrian Medina, Marco Antonio Rocha, Fanny Gómez, Mariana Malacara, María Eugenia Pizaña, Felix Bañuelos, José Alberto Zabaleta, Laura Fernández MacGregor Maza, Samuel Barragán, Salvador Rivero, Francisco Burgoa, Marilú González, Luis Enrique Jarochevsky, Fredy Kanan, Roberto Gómez Morodo, Alejandro Velez, Yanira Rodríguez, Cecilia Sobrevilla, Jaime Chávez, Francisco Trejo, Gerardo Laveaga, Citlali Marroquin, a todos por mostrar interés en concluir mi carrera... Gracias!*

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como objetivo principal, analizar la influencia que ejercen los medios de comunicación en los jóvenes que estudian el nivel medio superior, en el caso específico del Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos (CECyT) No. 12 “José María Morelos y Pavón” del Instituto Politécnico Nacional, que independiente a pesar de ser estudiantes y tener un grado de consciencia y fuerza crítica, éstos logran invadir su vulnerable formación de identidad.

Gracias al crecimiento de los sistemas de comunicación, la sociedad ha tenido un fuerte contacto con los modos en los medios de comunicación, también conocidos como *mass media*. Tal es el caso de la televisión como el medio de comunicación con mayor presencia, donde los contenidos que transmite, ha traspasado los márgenes de comunicar, informar y entretener, siendo este último el de mayor alcance, determina a la sociedad como el elemento más viable a consumir y generar un patrón de influencia no sólo comercial sino de tocar las fibras más frágiles del ser humano para modificarle la forma de vida haciendo de su personalidad un elemento dócil.

El interés por este tema, surge por la actual dependencia que existe de los medios de comunicación, donde la televisión se ha convertido, como lo hemos mencionado anteriormente, en la herramienta para comunicar, informar y entretener. Es la televisión uno de los medios de comunicación más poderoso, que gracias a tecnologías de la información y la comunicación como el Internet, la televisión, ha evolucionado de tal manera que puede hacer presente la transmisión de eventos en diferentes usos horarios a tiempo real.

Actualmente, los contenidos televisivos pareciera que su única función es vender y entretener, entendiendo que diariamente millones de personas nos exponemos a ver una gran cantidad de imágenes, estereotipos, que también pretenden marcarnos valores e incluso dar propuestas ideológicas. Coexistiendo como principal reto la habilidad de reconocer la relación entre los jóvenes estudiantes y los contenidos televisivos de acuerdo a como son mediados por las determinaciones en la vida cotidiana, además del involucramiento diario de los televidentes.

La interacción de la televisión con la masa, enfatiza su integración, es decir, la televisión nos acompaña cuando nos levantamos, en el desayuno, cuando vamos a un restaurante, un bar e inclusive en el transporte público, que de manera psicológica nos reconforta cuando estamos solos, nos ayuda a conciliar el sueño, nos da placer, nos aburre e incluso nos puede llevar a cuestionarnos. Hoy la televisión nos parece de lo más natural, pero ni siquiera sabemos cómo opera y si tal vez posee una fuerza ideológica. Es por esto que desde el aspecto teórico sociológico, nos basamos en la *Teoría de la Acción* de Max Weber quien nos

propone al *Tipo Ideal*, mismo que tomamos como elemento principal para el desarrollo de nuestra investigación ya que atribuye a efectos como la imitación, identificación, motivación y manipulación; mismos que abordaremos también desde la perspectiva de diversos autores como Zygmunt Bauman en relación al consumo y a su vez con el fenómeno de la moda, donde la *mass media* de Pierre Bourdieu nos permite demostrar que éstos provocan el Ritualismo Simbólico de Erving Goffman, sin dejar de lado a Talcott Parsons que siguió la teoría del ya mencionado Max Weber; retoma con nuevos conceptos y fundamentos la idea de *Tipo Ideal*.

El trabajo de investigación tiene una estructura compuesta por cuatro capítulos. En el primer capítulo denominado el marco Teórico-conceptual y referencias fundamentales, determinamos los elementos teóricos que de orden analítico nos darán el acercamiento a nuestro interés planteado en una realidad social; no obstante, esta descripción nos permitirá sustentar nuestros argumentos y supuestos básicos Teóricos de investigación en esta parte del trabajo.

El segundo capítulo titulado como Antecedentes históricos y Marco jurídico de la televisión en México, tiene la finalidad de conocer desde el origen de la televisión en el mundo hasta su aparición en nuestro país, y se toma en cuenta la presencia que ha marcado desde entonces en la mayoría de los hogares mexicanos que genera una función social. Sin dejar de lado la existencia de un marco jurídico el cual establece una legislación para los contenidos televisivos que transmiten a la sociedad mexicana.

En el tercer capítulo que lleva por nombre “Análisis de medios e influencia mediática en los adolescentes del Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos (CECyT) No. 12 “José María Morelos y Pavón del Instituto Politécnico Nacional, planteamos un análisis de los efectos que causan ciertos contenidos televisivos, mismos que son atractivos para los jóvenes estudiantes, pone en riesgo su calidad académica, evidenciando la ausencia de criterio propio que los convierte en personas vulnerables, además del interés comercial generado por la enajenación de la televisión, donde la mayoría de los contenidos llegan a ejercer una influencia en su vida diaria.

Dentro del cuarto y último capítulo ilustramos los resultados de la aplicación de una encuesta, como herramienta técnica de investigación que consta de 18 reactivos, misma que arroja datos de la presencia que ejercen los contenidos televisivos a 60 alumnos del CECyT No. 12, de los cuales la edad promedio de ellos predomina entre los 16 y 17 años, quienes cursan el tercero de seis semestres que conforman el nivel medio superior del Instituto Politécnico Nacional. Estas 30 encuestas fueron respondidas 50% por alumnos varones y el otro 50% respondidas por mujeres.

Finalmente presentamos en las conclusiones que la Teoría de la Acción en nuestra investigación, donde nuestra hipótesis es, la indiscriminada programación televisiva a la que están expuestos los adolescentes, dando lugar a que los alumnos del Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos No. 12 del Instituto Politécnico Nacional, sean susceptibles a sufrir una influencia mediática. Que sigue un modelo *ideal*, la identidad individual es sustituida por el reflejo de ausencia de elementos que determinan la personalidad, demostrando la necesidad de una televisión de calidad. Para lograr entender este fenómeno que damos por entendido, lo comprenderemos con el reflejo de una encuesta. Esta técnica de investigación nos acercará a justificar la existencia de una influencia mediática, misma que involucra la vulnerabilidad ya no sólo en el televidente sino en toda la masa; manifestándose como un fenómeno de influencia en las creencias, en los valores, en el conocimiento, en las formas de comportamiento y estilos de vida, deja en claro, que los medios de comunicación masiva, han permitido la interacción del actor social ante la televisión.

# CAPÍTULO PRIMERO

## MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL Y REFERENCIAS FUNDAMENTALES

*“El arte de la conversación  
no se ha perdido:  
está escondido detrás  
de la televisión”.*  
Anónimo

Este primer capítulo tiene como objetivo hacer un acercamiento a la interpretación teórica de autores como Max Weber y Talcott Parsons, quienes nos mencionan los principales aspectos teóricos conceptuales que utilizamos para entender la relación que existe entre los jóvenes estudiantes del nivel medio superior en razón con los contenidos televisivos.

Esto junto con la interpretación que nos establece los fundamentos de la ideología, opinión pública nos darán la pauta para lograr un acercamiento a la realidad social, permitiendo el alcance de un análisis de los medios de comunicación y de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y sus efectos que tienen en la sociedad, los jóvenes estudiantes del nivel medio superior en especial para nuestra investigación.

Es de interés principal el comprender el vínculo existente entre los contenidos televisivos y los jóvenes, quienes no se dan cuenta del alto grado de influencia que ejerce la televisión en su vida diaria, donde la escuela se convierte en segundo plano de interés para ellos y para los propios padres, quienes ven a la televisión como aquel objeto indefenso que entretiene, educa, informa y que además estimula la unión familiar. Pero ¿la televisión puede ser una herramienta para fomentar la educación?, ¿se trata de un medio de comunicación que procura el desarrollo ideal en los jóvenes?, ¿será posible convertir a la televisión en un medio funcional que se promueva como un elemento indispensable para el avance académico?, éstas y otras cuestiones lograron incitarnos a reflexionar sobre los efectos que emplean los contenidos televisivos frente a los estudiantes del nivel medio superior, quienes son bombardeados por mensajes que en apariencia sólo entretienen, divierte, distraen, penetrando en la conciencia para crear una estructura imaginaria de pensamiento que generalmente lo aleja de la realidad.

### *1.1 Corrientes de pensamiento*

Para efectos de nuestro estudio, determinaremos como formas de pensamiento determinantes que constituyen lo que se llama ideología, termino equivoco. Quizá sería preferible hablar en un contexto de corrientes de pensamiento toda vez que “Ideología” trae consigo una carga sociológica, antropológica, histórica y psicológica muy ostensible y pesada.

Referirnos al término Ideología para nuestra investigación será con la intención de hacer referencia al aparato ideológico del Estado, dentro del cual destacaremos a los medios de comunicación, en específico a la televisión, comprendiendo a éste

como una forma que ejerce control. Dentro del diccionario sociológico encontramos a la ideología como:

Conjunto de ideas, creencias y modos de pensar característicos de un grupo, nación, clase, casta, profesión u ocupación, secta religiosa o partido político, etc. Estas ideologías están condicionadas y determinadas por la situación geográfica y climática, por las actividades habituales y por el medio cultural de sus respectivos grupos. no se excluyen mutuamente de un modo necesario y pueden invadirse recíprocamente. Así, por ejemplo, dos individuos de la misma nacionalidad, pero de diferentes ocupaciones, pueden compartir su ideología nacional, pero diferir en sus respectivas ideologías profesionales<sup>1</sup>

Con la definición anterior, podemos establecer que la televisión en nuestro contexto actual, representa una influencia en los jóvenes estudiantes, ya que partiendo de que ella promueve y proporciona elementos para adquirir un supuesto de la realidad, nos concentra a pensar que además de ser un medio de comunicación, cabe la posibilidad que a través de ella se establezca un poder de dominio y de formas de pensar, atribuyendo que ésta refleja a nuestra cultura.

Para entender mejor a las formas de pensamiento citaremos a Louis Althusser.

Se sabe que la expresión “ideología” fue formada por Cabanis, Destutt de Tracy y sus amigos, quienes le asignaron por objeto la teoría (genética) de las ideas. Cuando Marx retoma el término 50 años después le da, desde sus obras de juventud, un sentido muy distinto. La ideología pasa a ser el sistema de ideas, de representaciones, que domina el espíritu de un hombre o un grupo social.<sup>2</sup>

A pesar de la pluralidad de significados que se le atribuye a las formas de pensamiento, para muchos autores ha sido tarea compleja concretar una definición más exacta:

Aunque fuera posible, intentar sintetizar esta riqueza de significados en una sola definición de conjunto sería inútil. La palabra “ideología”, se podría decir, es un *texto*, enteramente tejido con un material de diferentes filamentos conceptuales; está formado por historias totalmente divergentes, y probablemente es más importante valorar lo que hay de valioso o lo que puede descartarse en cada uno de estos linajes que combinarlos a la fuerza en una gran teoría global.

---

<sup>1</sup> Pratt Fairchild, Henry. *Diccionario de Sociología*, trad. de T. Muñoz, J. Medina Echeverría, et. al., 2ª ed., Fondo de Cultura Económica, México, 1997, p. 206.

<sup>2</sup> Althusser, Louis, *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*, trad. de Idéologie et appareils d'État, 16ª. reimpresión, México, Quinto Sol, 2005, p. 47.

Para demostrar esta variedad de significados, haré una relación al azar de algunas de las definiciones de ideología actualmente en circulación:

- a) El proceso de producción de significados, signos y valores en la vida cotidiana.
- b) Conjunto de ideas característico de un grupo o clase social.
- c) Ideas que permiten legitimar un poder político dominante.
- d) Ideas falsas que contribuyen a legitimar un poder político dominante.
- e) Comunicación sistemáticamente deformada.
- f) Aquello que facilita una toma de posición ante un tema.
- g) Tipos de pensamiento motivados por intereses sociales.
- h) Pensamiento de la identidad.
- i) Ilusión socialmente necesaria.
- j) Unión de discurso y poder.
- k) Medio por el que los agentes sociales dan sentido a su mundo, de manera consciente.
- l) Conjunto de creencias orientadas a la acción.
- m) Confusión de la realidad fenoménica y lingüística
- n) Cierre semiótico.
- o) Medio indispensable en el que las personas expresan sus relaciones en una estructura social.
- p) Proceso por el cual la vida social se convierte en una realidad natural.

Habría que puntualizar algunos aspectos de esta lista. Primero, no todas estas formulaciones son compatibles entre sí. Si, por ejemplo, ideología significa cualquier conjunto de creencias motivadas por intereses sociales, en ese caso no puede simplemente significar las formas dominantes de pensamiento de una sociedad. Otras definiciones pueden ser mutuamente compatibles, pero con algunas implicaciones interesantes: si ideología es tanto la ilusión como el medio en que los agentes sociales dan sentido a su mundo, en este caso nos dice algo bastante deprimente a cerca de nuestros modos rutinarios de dar sentido a la vida. En segundo lugar, podemos observar que algunas de estas formulaciones son peyorativas, otras lo son de manera ambigua [...]. La ideología, [...] es una parte de lo que queremos decir al afirmar que el ser humano es racional y que nos sorprendería encontrar a alguien que sostiene convicciones que reconoce como ilusorias.<sup>3</sup>

Como vemos en la cita anterior, referimos nuestro trabajo de investigación a que los contenidos televisivos, permiten una interacción con la sociedad convirtiendo a sus intereses particulares en intereses sociales, para que de esta manera se logre en la sociedad misma, la intervención de una manipulación mediática por parte de aquellos que controlan y manejan a estos contenidos. Así mismo, comprobar a la programación televisiva como una forma indiscriminada que crea influencia en el pensamiento de los adolescentes, siendo estos

---

<sup>3</sup> Eagleton, Terry, *Ideología. Una introducción*, trad. de Jorge Vigil Rubio, Barcelona, Paidós, 2005, pp.19-20.

vulnerables ante los contenidos televisivos, acercándonos a nuestra hipótesis, la cual establece concretamente que la televisión llega a formular una influencia.

La concepción de ideología se aplica principalmente a una psicología de los intereses, en tanto que la concepción total emplea un análisis funcional más formal, sin referencia alguna a las motivaciones concretándose a una descripción objetiva de las diferencias estructurales de las mentalidades que operan sobre una base social diferente. La primera acepta que tal o cual interés es causa de determinada mentira o de determinado engaño. La segunda presupone sencillamente que existe una correspondencia entre determinada situación social y determinada perspectiva, punto de vista o masa aperceptiva. En este caso, si el análisis de [...] intereses puede ser a menudo necesario, no lo será para establecer relaciones causales, sino para caracterizar la situación total.

.....  
Así, pues, el individuo sólo puede concebirse como portador de una ideología que, por definición, se aplica más bien a contenidos separados que a la entera estructura del pensamiento, y que descubre falsos caminos de pensamiento y revela las mentiras. En cuanto se emplea el concepto total de ideología, tratamos de reconstruir toda la visión de un grupo social, y ni los individuos concretos, ni la suma abstracta de todos ellos, pueden legítimamente considerarse como los portadores de ese sistema ideológico de pensamiento, considerado como totalidad..<sup>4</sup>

Como vemos, la influencia se presenta en diferentes aspectos de la vida cotidiana, haciendo de los adolescentes un sector de la población vulnerable a la enajenación de los medios de comunicación, siendo la televisión el aparato que refleja una forma de pensamiento manifestada en sus contenidos, como un modelo de control y dominio.

A mayor abundamiento, Karl Mannheim nos plantea que las formas de pensamiento se hacen presentes en la interacción del propio individuo con otros:

Al parecer, existe una línea recta que conduce desde ese punto de la orientación intelectual del mundo occidental al modo racional y calculador de pensar de la “época de las luces”. La psicología de los intereses parece brotar de esa fuente. Una de las principales características del método del análisis racional del comportamiento humano, del que es un modelo la historia de Inglaterra, fue la presuposición de que existía en los hombres cierta tendencia innata a “fingir” engañar a sus semejantes. La misma característica se observa en los historiadores contemporáneos que trabajan con el concepto particular de ideología. Esa modalidad del pensamiento se esforzará siempre, en unión con la psicología de los intereses en arrojar una duda

---

<sup>4</sup> Mannheim, Karl, *Ideología y utopía: una introducción a la sociología del conocimiento*, trad. de Salvador Echavarría, México, Fondo de Cultura Económica, 2004, pp. 91-93..

acerca de la integridad del adversario y en sospechar sus motivos. Sin embargo, ese procedimiento tiene un valor positivo siempre que en un caso dado tengamos interés en descubrir el auténtico significado de una afirmación que se oculta detrás de un camuflaje de palabras. Esa tendencia a “desenmascarar” se ha vuelto muy marcada en el pensamiento de nuestra época. Aunque muchos consideran ese rasgo como falta de dignidad y de respeto (y en verdad, en cuanto esa búsqueda de lo oculto y velado es un fin en sí, la crítica es muy merecida), esa posición intelectual se impone a nosotros en una época de transición como la nuestra, que juzga necesario abandonar muchas tradiciones y formas anticuadas.<sup>5</sup>

Tomando la idea anterior de Mannheim, comprendemos que las formas de pensamiento se presentan como el sentido que se quiere transmitir, en nuestro interés, va acompañando a los contenidos televisivos, donde estos representarían vivencias sociales, marcando la vida social en sus facetas llenas de fenómenos sociales.

No aceptamos ya como absolutos los valores y las normas de determinado periodo, y siempre tendremos presente en lo sucesivo el hecho de que las normas y los valores son cosas históricas y sociológicamente determinados. [...]. El peligro de la “conciencia falsa” no consiste ahora en que acierte a aprehender una realidad absoluta e inmutable, sino más bien en quien pide la comprensión de una realidad que es el resultado de una constante reorganización de los procesos mentales que constituyen nuestros mundos.<sup>6</sup>

Es posible determinar que muchos de los actores sociales están en contra del sistema debido a que no comparten su manera de pensar con situaciones en las que se desenvuelve como ser humano, por ejemplo, el actor social como ciudadano de un país no comparte la misma idea con el Estado, en la forma de ejercer su control, por lo tanto este ciudadano, va demostrando su intolerancia y molestia ante las normas que rigen un control y una armonía entre los individuos.

No toda creencia etiquetada comúnmente de ideológica está asociada a un poder político *dominante*. La izquierda política, en particular, tiende a pensar casi instintivamente en tales modos dominantes cuando considera el tema de la ideología; pero entonces, ¿cómo calificaríamos las opiniones de los *levellers* (persona en pro de la igualdad de derechos) y las sufragistas, que ciertamente no eran sistemas de valores dominantes de su época?<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> Mannheim, Karl, *ibidem*, pp. 97-98.

<sup>6</sup> *Ibidem* p. 129.

<sup>7</sup> Eagleton, Terry, *ibidem*, p. 25.

Tal y como nos presenta Althusser, comprender el sentido de poder, para nuestro estudio, es determinar a este concepto como un elemento fundamental del cual se rigen las televisoras al momento de realizar los programas televisivos.

Que concibamos el poder como algo que determina nuestras relaciones personales y actividades rutinarias es un beneficio político claro, como las feministas por ejemplo, no han tardado en reconocer; pero entraña un problema para el significado de la ideología. Porque si no hay valores y creencias no ligadas estrechamente con el poder, el término ideología corre el peligro de extender hasta dejar de ser reconocible. Cualquier término que lo cubra todo pierde su filo y queda reducido a un sonido vacío. Para que un término tenga significado, debe ser posible especificar que sería, en circunstancias particulares, lo opuesto a él –lo que no necesariamente significa especificar algo que fuese siempre y en todas partes lo contrario de él-. Si el poder, como el propio todo poderoso, es omnipresente, la palabra ideología deja de distinguir cualquier cosa en particular y se convierte en algo carente de información, igual que si cualquier forma de comportamiento humano, incluida la tortura puede pasar por muestra de compasión, donde muestra la palabra compasión se reduce a un significado vacío.<sup>8</sup>

Con todo lo anterior, determinamos que las conductas del individuo se relacionan en forma al contexto social y éste a su vez refleja el poder que determina una forma de control, Althusser nos presenta:

Reconocer que somos sujetos, y que funcionamos en los rituales prácticos de la vida cotidiana más elemental (el apretón de manos, el hecho de llamarlo a usted por su nombre, el hecho de saber aún cuando lo ignore, que usted tiene un nombre propio que lo hace reconocer como sujeto único, etcétera) tal reconocimiento nos da solamente la conciencia de nuestra práctica incesante (eterna) del reconocimiento ideológico –su conciencia, es decir, su reconocimiento-, pero no nos da en absoluto el conocimiento (científico) del mecanismo de este reconocimiento. Ahora bien, en este conocimiento hay que ir a parar si se quiere, mientras se hable en la ideología y desde el seno de la ideología, esbozar un discurso que intente romper con la ideología para atreverse a ser el comienzo de un discurso científico (sin sujeto) sobre la ideología.

Entonces, para representar por qué la categoría de sujeto es constitutiva de la ideología, la cual sólo existe al constituir a los sujetos concretos en sujetos, voy a emplear un modo de exposición especial, lo bastante “concreto” como para que sea reconocido, pero suficientemente abstracto como para que sea pensable y pensado dando lugar a un conocimiento.

.....  
Sugerimos entonces que la ideología “actúa” o “funciona” de tal modo que “recluta” sujetos entre los individuos (los recluta a todos) o

---

<sup>8</sup> Eagleton, Terry, *ibidem*, p. 27.

“transforma” a los individuos en sujetos (los transforma a todos) por medio de esta operación muy precisa que llamamos interpelación, y que se puede representar con la más trivial y corriente interpelación policial (o no) ¡Eh, usted, oiga!

Si suponemos que la hipotética escena ocurre en la calle, el individuo interpelado se vuelve. Por este simple giro físico de 180 grados se convierte en sujeto. ¿Por qué? Porque reconoció que la interpelación se dirigía precisamente a él y que “era precisamente él quien había sido interpelado” (y no otro). La experiencia demuestra que las telecomunicaciones prácticas de la interpelación son tales que la interpelación siempre alcanza al hombre buscado: se trata de un llamado verbal o de un toque de silbato, el interpelado reconoce siempre que era precisamente él a quien se interpelaba. No deja de ser éste un fenómeno extraño que no sólo se explica por “el sentimiento de culpabilidad”, pese al gran número de personas que “tienen algo que reprocharse”.

Naturalmente, para comodidad y claridad de la exposición de nuestro pequeño teatro teórico, hemos tenido que presentar las cosas bajo la forma de la secuencia, con un antes y un después, por lo tanto bajo la forma de una sucesión temporal. Hay individuos que se pasean. En alguna parte (generalmente a sus espaldas) resuena la interpelación: “¡Eh, usted oiga!”. Un individuo (en el 90% de los casos aquel a quien va dirigida) se vuelve, creyendo-suponiendo-sabiendo que se trata de él, reconociendo pues que “es precisamente a él” a quien apunta la interpelación. En realidad las cosas ocurren sin ninguna sucesión. La existencia de la ideología y la interpelación de los individuos como sujetos son la misma cosa.

[La ideología] lo explico perfectamente Spinoza doscientos años antes que Marx, quien lo práctico sin explicarlo en detalle. Pero dejemos este punto, pletórico de consecuencias no sólo teóricas sino directamente políticas, ya que de él dependen, por ejemplo toda la teoría de la crítica y de la autocrítica, regla de oro de la práctica de la lucha de clases marxista-lininista.

La ideología interpela, por lo tanto, a los individuos como sujetos. Dado que la ideología es eterna, debemos ahora suprimir la forma de temporalidad con que hemos representado el funcionamiento de la ideología y decir: la ideología ha siempre-ya interpelado a los individuos como sujetos; esto equivale a determinar que los individuos son siempre-ya interpelados por la ideología como sujetos, lo cual necesariamente nos lleva a una última proposición: los individuos son siempre-ya sujetos. Por lo tanto los individuos son “abstractos” respecto de los sujetos que ellos mismos son siempre-ya.<sup>9</sup>

Las formas de pensamiento se presentan en muchos aspectos de nuestra vida rutinaria, apareciéndose como una forma de poder y a su vez, como una manera de ejercer un tipo control ante el pensamiento del actor social. Hoy en día, nuestra relación con los medios masivos de comunicación, se ha vuelto muy

---

<sup>9</sup> Althusser, Louis, *ibidem*, pp. 68-71.

estrecha, donde el individuo ya no es quien ejerce su poder de control, sino que para este caso, la televisión es quien ahora ejerce su control de poder sobre el individuo, dando como resultado en nuestra sociedad a los roles, quienes dan estructura a través de las instituciones que forman nuestras actividades de la vida diaria, así lo demuestran Peter Berger y Thomas Luckmann en su obra:

Los roles aparecen tan pronto como se inicia el proceso de formación de un acopio común de conocimiento que contenga tipificaciones recíprocas de comportamiento, proceso que, es endémico a la interacción social [...]. Todo comportamiento institucionalizado involucra roles, y éstos comparten así el carácter controlador de la institucionalización.<sup>10</sup>

De esta manera concebimos que los roles llevan una implicación social, que determina sus funciones de acuerdo a los estatutos que marca la sociedad, siendo que representan el orden institucional de cómo están planeados los horarios de los individuos aunque afectan de manera individual debido a la distribución del tiempo para determinadas actividades como lo son. el trabajo, la escuela, la convivencia familiar.

La institucionalización puede manifestarse, en la experiencia real, únicamente a través de dicha representación en “roles” desempeñados. La institución, con su conjunto de acciones “programadas”, se asemeja al libreto no escrito de una obra teatral. La realización de una obra depende de que actores de carne y hueso desempeñen reiteradamente los “roles” prescritos.<sup>11</sup>

Siendo nuestro interés por investigar sobre la influencia que ejercen los medios de comunicación a los estudiantes adolescentes, debemos tomar en cuenta que las actividades que realizamos durante el día, muchas de ellas las realizamos por inercia ya que éstas han sido institucionalizadas como rutinas, por ejemplo, donde las primeras horas de actividad después de despertar están destinadas al trabajo y a la escuela. En específico para nuestra investigación tomaremos a un grupo de adolescentes que cursan el tercer semestre del nivel medio superior del Instituto Politécnico Nacional; “el individuo no nace miembro de una sociedad: nace con una predisposición hacia la socialidad y luego llega a ser miembro de una sociedad”.<sup>12</sup>

Los contenidos televisivos hoy en día, se han convertido en el medio efectivo para vender y consumir, perdiendo de vista que la televisión sea una herramienta eficaz para la educación. Más adelante, en el desarrollo de esta investigación, trataremos a detalle aquellos factores que permiten que los adolescentes sean

---

<sup>10</sup> Berger, Peter L., Luckmann Thomas, *La construcción social de la realidad*, 1 ed., 22ª. reimpresión, Buenos Aires, Amorrortu, 2011, p. 96.

<sup>11</sup> *Ibidem*, p. 97.

<sup>12</sup> *Ibidem*, p. 162

influenciados por de la televisión, que para ellos es parte de su vida y de la realidad misma, tal y como lo estiman Peter Berger y Thomas Luckmann, donde los contenidos televisivos parecen ser inofensivos, ya que éstos están vigilados por un marco jurídico que se encarga de llevar un control en la “calidad” que transmiten, como pueden ser los valores, un ritmo de vida y inclusive una identidad.

La realidad de la vida cotidiana se mantiene porque se concreta en rutinas, lo que constituye la esencia de la institucionalización. Más allá de esto, no obstante, la realidad de la vida cotidiana se reafirma continuamente en la interacción del individuo con los otros.<sup>13</sup>

Es importante conocer la realidad que viven los adolescentes estudiantes ante la presencia de la televisión, siendo este invento un aparato que se encuentra presente en nuestros hogares. Con la aplicación de una encuesta, nos permitirá acercarnos, gracias a sus resultados, a la periodicidad de los contenidos televisivos que suelen mirar los estudiantes, que siguiendo la estructura de las rutinas, como lo plantean Berger y Luckmann, no sólo se hacen presentes en el momento de entretener sino también en momentos que requieren de concentración como es el momento de estudiar y/o hacer tareas, que de esta forma logremos construir un análisis por medio de la frecuencia que arroja esta técnica de investigación.

Un niño puede ser educado no sólo por sus padres, sino también por un ayo reclutado de entre una subsociedad étnica o de clase. Los padres mediatizan para el niño el mundo de la aristocracia conquistadora de una raza, por ejemplo: el ayo mediatiza el mundo del campesinado sometido de otra raza. Hasta es posible que los dos mediatizadores empleen idiomas completamente distintos, que el niño aprende simultáneamente, pero que a los padres y el ayo les resultan mutuamente incomprensibles [...].

Cuando los mundos agudamente discrepantes se mediatiza en la socialización primaria, al individuo se le presenta una elección entre identidades perfiladas que aprehende como posibilidades biográficas genuinas.

Como vemos la influencia se puede generar no sólo con los medios de comunicación sino desde una postura que transmite poder y conocimiento como el caso de un mayordomo al que se le asigna el cuidado de un niño, en el cual se verá reflejada la forma de pensar y quizá hasta formas de vida o costumbres que inconscientemente el mayordomo transmitió al momento de educar.

Es de esta manera un tipo de influencia que se genera en el primer círculo en que se desenvuelve un ser humano, pero conforme crezca y tenga mayor

---

<sup>13</sup>Berger, Peter L., Luckmann Thomas, *ibidem*, p. 185

conciencia en su forma de pensar, no deja ser vulnerable ante la moda y el consumo, caracteres que trataremos más adelante.

Mientras tanto nuestra investigación, como lo hemos mencionado incluirá la aplicación de una técnica de investigación la cual, nos proporcionará un acercamiento de la opinión pública sobre la relación que existe entre los adolescentes y su forma en cómo utilizan la presencia de la televisión en sus hogares.

## 1.2 Opinión pública

El concepto “opinión pública” es sin duda uno de los más complejos de describir. Siendo un concepto equívoco ya que tiene multitud de facetas y definiciones. Así, hablar de opinión pública debemos referirnos a diversos autores.

Los términos *público*, *opinión pública*, *publicidad* y *espacio público* en el uso cotidiano, en el pensamiento político e incluso en ciertos ensayos académicos se confunden y utilizan indistintamente. Sin desconocer que cada uno de estos términos procede de contextos históricos específicos y denota una variedad de significaciones, quiero tratar conjuntamente la redefinición de lo público, de la publicidad y de la opinión pública en el contexto actual de los escenarios mediáticos y globalizados.<sup>14</sup>

Comprendiendo un poco de su paso por la historia, definimos:

El espacio público moderno se puede decir que es una creación de la Ilustración. Se trataba de un público lector, compuesto ante todo por ciudadanos y burgueses (en el que coincidía la intelectualidad con la aristocracia), que estaba al corriente de las novedades y que discutía críticamente. Esto sucedía en el marco de una expansión de las publicaciones, de una sociabilidad asociativa liberal que giraba en torno de los salones, los círculos literarios y los cafés, y de una emancipación de los artistas e intelectuales de las ataduras de los gremios, al corte y las iglesias.

Con perspectivas filosóficas y políticas diferentes, J. Habermas y R. Koselleck trataron de reconstruir su historia. Para Koselleck, lo que crea la apertura de la publicidad y vuelca el dominio público en el espacio público es la fuerza exterior de la crítica. El impulso viene de abajo, de las personas particulares reunidas en los salones, los cafés, los clubes. Estos primeros espacios públicos, donde se intercambian experiencias e información, fueron el escenario donde comenzó a gestarse la crítica a la dominación política [...].

Habermas apunta que lo que confirió al espacio público burgués su especialidad fue la publicidad y una nueva forma de subjetividad. En

---

<sup>14</sup>Gingold, Laura, “Opinión Pública”, en Baca Olamendi, Laura; Bokser- Lierant, Judith; et al, *Léxico de la Política*, México, Fondo de Cultura Económica, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, Fundación Heinrich Böll, 2000, p. 481.

el siglo XVIII, la ciudad es el centro económico vital no sólo de la sociedad burguesa, sino también de una publicidad literaria nueva que se desarrolla en los cafés, los salones y las asociaciones literarias en un contexto de ampliación acelerada de la red de comunicación política (prensa). Era un público lector que estaba al corriente de las novedades y que en estos espacios privados pudo ensayar –a partir de la práctica de una discusión crítica, racional y no coaccionada de los hechos público- las normas de igualdad política de una sociedad futura. Esta publicidad literaria vendrá a adquirir funciones políticas: la *public opinion* inglesa, crítica de las medidas de gobiernos, se reunirá en asociaciones políticas locales que ampliarán las bases de los partidos como representantes del público.

La idea de opinión pública es en el siglo XVIII es equivalente a la de consenso y tiene atributos de la voluntad general: es justa, desinteresada, veraz, racional y homogénea. Las relaciones amigo-enemigo están excluidas del seno público, cuyo supuesto es el interés común. No se percibe como plural, interesada o caprichosa. Incluso con ciertos matices, pensadores contemporáneos como Habermas, tendrán dificultad para apreciar la coexistencia de publicidades en competencia y de considerar la dinámica de los proceso de comunicación excluidos de la publicidad hegemónica. La ficción es imaginar la esfera pública como una arena transparente, coherente e igualitaria.<sup>15</sup>

La opinión pública es un fenómeno de interés para todo tipo de personas. Tanto para los sociólogos, politólogos, periodistas, o personas que la utilizan como parte esencial en su vida laboral.

Actualmente, es bastante generalizado el consenso sobre la dificultad de definir el concepto de Opinión pública, no sólo porque el concepto sugiere una considerable fluctuación e incertidumbre en el Intento de unir el uno (otro) con los muchos (público), el bienestar colectivo con las preferencias individuales, sino también porque los esfuerzos por definir el concepto vacilan entre puntos de vista opuestos [...]. Mientras unos se refieren a su aspecto deliberativo y social, otros destacan las opiniones individuales sobre asuntos públicos, algunos valoran la opinión que circula entre una serie de actores clave (políticos, periodistas, intelectuales, gobierno), otros recatan la voz ciudadana; unos tienen una visión más orgánica, otros tienen una visión de “agregados” de individuos.<sup>16</sup>

A nuestro trabajo de investigación interesa, la opinión pública ya que más adelante presentaremos la aplicación de una encuesta, donde ésta nos dará un acercamiento a la opinión de un sector de la sociedad, respecto al tema de nuestra investigación que tiene como finalidad realizar un análisis sobre el acercamiento que presentan los contenidos televisivos en los jóvenes estudiantes.

---

<sup>15</sup>Gingold, Laura, *ibidem*, p. 482.

<sup>16</sup>Baca Olamendi, Laura; Bokser- Lierant, Judith, *ibidem*, p. 481.

Aunque la opinión pública no emergió como concepto político hasta el siglo XVIII, los dos términos que la enuncian, “opinión” y “público”, tienen raíces anteriores. A fines del siglo XVII surge (primero en Francia y posteriormente en Inglaterra; en Alemania aparece en el siglo XVIII) el sustantivo *publicidad*, derivado del adjetivo *público*. Se concibe una publicidad literaria e ilustrada, que se erige contra e secreto de Estado, contra la exclusión del público de los asuntos comunes. La noción de “opinión pública” es acuñada en la segunda mitad del siglo XVIII a partir de la voz francesa *opinion publique*, y casi en la misma época surge en Inglaterra el término *public opinion*. Sus primeras acepciones se refieren a una opinión formada en la discusión y se cree que es accesible para todos y expresiva del interés general de la sociedad. El *Oxford dictionary* la registra por primera vez en 1781. El temprano desarrollo de la vida parlamentaria y la prensa, la conquista de derechos civiles y políticos y las convulsiones políticas que azotaron a Europa fueron las instituciones sociales y condiciones históricas que permitieron (primero en el caso inglés, más tarde en el francés y alemán) cuestionar la arbitrariedad del Estado.<sup>17</sup>

Como podemos percibir, la opinión pública tiene sus orígenes en la Europa del siglo XVII, siendo hasta el siglo posterior cuando se emplea como la vía para conocer lo que los ciudadanos de un determinado país opinaban acerca de la administración política.

En este contexto, *el público* se refiere al conjunto de actores que por su importancia en la producción y reproducción de la sociedad pasan a ser en una primera instancia los interlocutores del poder público (hasta entonces ejercido unilateralmente) y por último a codeterminar el contenido de las normas y las acciones administrativas. Deberán ser negociadas, dialogadas, confrontadas. En este sentido, el público significó la aparición de una zona intermediaria y mediadora entre el poder público (hasta entonces sólo estatal) y los intereses privados (particularmente la burguesía) [...].

En la actualidad, encontramos una tensión en el propio núcleo del concepto de opinión pública. El diálogo, la crítica, la participación responsable e informada, y el consenso –como algunas de las formas de comunicación señaladas como normativas de la idea democrática de opinión pública- se hallan desproporcionados respecto a las formas que ha adquirido la comunicación en las sociedades masivas.

Para nuestro interés respecto a nuestra investigación, encontramos la siguiente definición:

En el marco “mediático” es preciso reconocer que el espacio público desborda la esfera de las interacciones políticas clásicas y del Estado-nación. Es el escenario gracias al cual el dispositivo institucional y el tecnológico propio de las sociedades posindustriales es capaz de

---

<sup>17</sup> Baca Olamendi, Laura; Bokser- Lierant, Judith, *ibidem*, p. 481.

presentar a un “público” los múltiples aspectos de la vida social. El concepto de *público* se vincula entonces, por un lado, con el de publicidad, de participación (entendida como accesibilidad, visibilidad y posibilidad de controlar los actos de quien gobierna) y de espectáculo (entendiendo como consumo) y, por el otro, la opinión pública ya no es aquella comunicación cara a cara, sino una experiencia mediada por los medios de comunicación de masas y los expertos.

.....  
Es necesario pensar en la noción de opinión pública en un espacio público constituido por una inestable combinación de diferentes publicidades (que corresponden a posibilidades asimétricas de organización y apropiación técnicas, políticas y culturales) y como un escenario discursivo de contienda y negociación por múltiples y diversos públicos y a través de ellos. Disputas sobre qué y qué no puede ser expresado, cómo puede expresarse, y quiénes y cuáles experiencias son consideradas relevantes o irrelevantes en un escenario codeterminado e interpretado por diferentes niveles (personales, locales, nacionales, globales) y por la coexistencia fragmentada de horizontes de experiencia social (trabajo, consumo, intimidad familiar y sexual, política, medios e identidades individuales y colectivas).<sup>18</sup>

Tomando la cita anterior como referente, no hay que perder de vista que el marco de la población es tan heterogeneidad que para obtener un perfil adecuado, deberemos tomar en cuenta variables que la hacen diferente.

Ya no es posible postular la ilusión de una opinión pública expresiva de un consenso, sino una heterogeneidad de públicos parciales (variables en cuanto a tamaño, composición y en el grado de compromiso y participación), en algunos casos marcados por un término específico de exclusión (género, edad, etnia, religión, economía) en relación con la publicidad hegemónica, pero en continua negociación, conflicto, apropiación y complicidad con ella respecto de la identidad, el sentido y la representación. Es indispensable reconocer que, incluso en el siglo XVIII, la opinión pública nunca ha existido fuera de la representación mediada y ha tenido un componente ficticio o simbólico construido.<sup>19</sup>

Tomándola como herramienta, donde para algunos autores establecer una definición concreta ha sido una tarea muy compleja.

Aunque no ha sido posible hasta ahora establecer una definición unánimemente aceptable de “opinión pública”, todos tenemos una concepción del fenómeno. Y como dijo el historiador alemán Hermann Oncken: “no es posible hallar una clara y fluida definición, sino una aceptación formal... Al fin y al cabo, cada uno, cuando es interrogado al respecto, tiene una idea de lo que significa”. Esta ambivalencia de la opinión pública; es decir, la imposibilidad de ser definida con precisión y

---

<sup>18</sup> Baca Olamendi, Laura; Bokser- Lierant, Judith, *ibidem*, p. 482.

<sup>19</sup> *Idem*.

el hecho de que es, al mismo tiempo, inteligible para el ciudadano común, prevalece hasta nuestros días.<sup>20</sup>

Como ya lo mencionamos anteriormente, al reflexionar sobre la complejidad de la opinión pública, los investigadores de Opinión Pública proceden de muchas disciplinas, Ciencia Política, Comunicación y de Sociología; donde cada uno plantea aspectos distintos del fenómeno y su funcionamiento; por ello podemos decir que, el estudio de la opinión pública se caracteriza por un cúmulo de conceptos y teorías diferentes.

El conocimiento de la opinión pública demanda dos niveles de operaciones: formal y concreto. Dicho de otro modo: una información teórica y una investigación práctica. La primera, con el concurso de otras disciplinas; la segunda, con metodologías de medición de actitudes y opiniones, entre las que la encuesta goza de mayor aceptación.

El estudio de la opinión pública conlleva el imperativo de información en otras parcelas del saber humano, de las que puede extraerse el conjunto de referencias necesarias para la comprensión del fenómeno y sus interrelaciones. [...] La Sociología, hija de la filosofía política, la filosofía de la historia, las teorías de la evolución y de las agitaciones sociales y políticas del siglo XIX, se ocupa de los fenómenos sociales en general, la población, la familia, el parentesco, las interacciones de éstos”.<sup>21</sup>

Afortunadamente, las diversas definiciones que se tiene sobre el término *opinión pública* no han impedido su estudio como fenómeno y su función como herramienta de investigación. “Es más, se ha producido cierta convergencia, de forma que –a pesar de la ausencia de consenso sobre lo que es opinión pública– hasta ahora existe un considerable cuerpo de conocimientos y teorías de rango medio en las que sí existe un acuerdo considerable”.<sup>22</sup>

La opinión pública es objeto de estudio por parte de investigadores sociales que tienen interés en saber cómo se generan las opiniones de los individuos, cómo se convierten en una representación de la sociedad. Ante esto, marcaremos una definición en particular, como:

Actitud de una porción importante de una población con respecto a una determinada proposición, que se apoya en un mínimo de pruebas reales y que supone cierto grado de reflexión, análisis y razonamiento. Es un producto parcialmente intelectual a diferencia del sentimiento público, que es, en esencia, cuestión de emoción y puede existir y existe sin la menor base real adecuada. De un modo característico los propagandistas dan la impresión de que tratan de modificar la opinión

---

<sup>20</sup> Rivadeneira Prada, Raúl. *La opinión pública*, 4ª ed., México, Trillas, 2005, p. 62.

<sup>21</sup> *Ibidem*, p. 65.

<sup>22</sup> Crespi, Irving. *El proceso de opinión pública. Cómo habla la gente*, trad. de María Gómez y Patiño, Ariel, España, 2000, p. 19.

pública cuando, en realidad, apelan al sentimiento público y tratan de utilizarlo. Cf. *Prejuicio*.<sup>23</sup>

El concepto sociológico de opinión pública como lo marca Fermín Bouza en comparación con el concepto desde la perspectiva política, en el artículo intitulado “Desventuras de un concepto claro y distinto: *opinión pública*”,<sup>24</sup>

En las rutinas y tradiciones<sup>25</sup> académicas sobre la opinión pública se han mezclado siempre dos conceptos bien distintos cuya entidad empírica quizá no lo es tanto. Yo he optado por llamar a uno de los conceptos (el que inserta en la tradición clásica de la opinión pública desde la conceptualización francesa antes y después de la Revolución) el *concepto político de opinión pública*, y al otro, el que nace de hecho a partir de la aplicación sistemática de la técnica de encuesta, el *concepto sociológico de opinión pública*, más por respeto a la ilustre tradición jurídico-política que por convencimiento pleno de que exista tal diferencia (existe sin duda, en los textos y en la realidad de la conducta académica de los especialistas). La tradición jurídico-política ha oscilado entre una concepción legitimadora de la democracia (“régimen de opinión”: garantía de democracia) en la opinión pública aparece unas veces como “simple” opinión popular o general (garante de la misma democracia: es un concepto positivo) y, otras veces, como un raro fenómeno opresivo por encima de los individuos (Mill, Tönnies –que le llama “fuerza extraña”-) y muy negativo. Depende de la distancia histórica que tomemos de la Revolución francesa: a medida que nos acercamos al siglo XX la opinión pública jurídica y fundante de la democracia se va convirtiendo en una fuerza extraña creada por los medios de comunicación. Ninguna de estas dos variantes de la tradición jurídico-política es propiamente sociología. A esta tradición se suman otras variantes de interés (Habermas y su versión de una opinión pública ideal o normativa, de la que hablo más adelante, o Sartori, que usa una concepción similar). La tradición sociológica nace alrededor de la emergencia de las encuestas y de la *Public Opinion Quarterly* (1937).<sup>26</sup>

Para Habermas, la opinión pública no es sólo un problema científico, es un problema práctico moral. En este sentido, el principal interés de este autor es analizar las condiciones comunicativas bajo las cuales se forma la opinión pública

---

<sup>23</sup> Pratt Fairchild, Henry, *ibidem*, p. 206

<sup>24</sup> Bouza, Fermín. “Desventuras de un concepto claro y distinto: *opinión pública*” de *Reflexiones sociológicas. Libro homenaje a José Castillo Castillo*, VV. AA, 2004. En <http://cim.anadolu.edu.tr/article?aid=104> [16 de julio de 2011]

<sup>25</sup> Proceso-situación de naturaleza social en la que elementos del patrimonio cultural se transmiten de una generación a otra por medio de contactos de continuidad. Contenido cultural no material así transmitido y que tiene la sanción del prestigio de la antigüedad. Por analogía, en una institución cuyo personal se transmite más de una vez por generación, se llaman tradiciones las prácticas, ideas y conocimientos transmitidos durante una serie de semejantes sustituciones. En Pratt Fairchild, Henry, *ibidem*, p. 206.

<sup>26</sup> Bouza, Fermín, *idem*.

en las sociedades actuales. Esta perspectiva se sitúa en la teoría crítica de la sociedad.

Más adelante el propio Bouza nos indica que, al tratar de explicar la realidad social por medio de la opinión pública, es necesario tomar en cuenta un modelo de metodología, como el de las encuestas, donde este método es el que ha dominado la investigación empírica de la opinión pública. “Gran parte de lo que conocemos sobre la opinión pública está basado, casi exclusivamente, en lo que hemos aprendido de las encuestas”.<sup>27</sup>

Floyd H. Allport, uno de los padres fundadores de la Psicología Social, se refería en un artículo del primer número (1937) de la *Public Opinion Quarterly* a *The Confusion of Public Opinion with the Public Presentation of Opinion (The Journalistic Fallacy)*.<sup>28</sup> Esta “presentación pública de la opinión” es lo que nosotros hemos dado en llamar la “opinión publicada”, a la que algunos han analogado a la Opinión Pública [...], tiene su fundamento en la idea de que los medios influyen de forma grave en la génesis de la opinión pública. Hoy sabemos que esto es así, de alguna manera compleja las teorías que describen y explican el proceso, han establecido con cierto rigor las relaciones entre medios, públicos, política, etcétera, sin que quepa deducirse de tales pruebas ninguna desaparición de la opinión pública.

Al contrario, el complejo binomio de la relación medios/público nos habla de una actividad humana por ambos polos (presión, resistencia, influencia mutua), y en última instancia nos remite a lo que Allport refería a la opinión pública como la construcción de un individualismo metodológico que eludiera cualquier tentación holista (mente colectiva, público, opinión pública, grupo, etcétera) y fundara científicamente las ciencias sociales en el átomo empírico que era el individuo. De esta forma, la opinión pública era cosa de individuos y de ellos debía postularse, no de el Público, la Masa, y entidades así. De hecho, la idea de Allport favorece la concepción de la opinión pública como la opinión que los individuos dan en las encuestas, porque las encuestas sí muestran a los individuos. Que sumemos o no dichas opiniones y al resultado final le llamemos opinión pública depende de ciertas perspectivas teóricas y de ciertos límites metodológicos que la realidad impone,<sup>29</sup> pero también de ciertos consensos, y el consenso que

---

<sup>27</sup> Crespi, Irving, *ibidem*, p. 22.

<sup>28</sup> Allport, Floyd H. “La falacia de grupo en relación con la ciencia social”, *The American Journal of Sociology*, trad. de Amalio Blanco: <http://antalya.uab.es/jmunoz/Biblioteca/falacia.pdf> en Bouza, Fermín, *idem*.

<sup>29</sup> De hecho, también los sociólogos se han planteado los límites del procedimiento de encuesta y han intentado, con cierta fortuna, completar el conocimiento de la opinión a través de procedimientos cualitativos, como los grupos de discusión o *focus groups*. La técnica *deliberate poll* de James S. Fishkin (ver p.ej: *Democracy and Deliberation*, Yale University, 1991, New Haven and London), o los planteamientos de Maxwell McCombs y otros en *the Poll with a Human Face* (Lawrence Erlbaum, New Jersey and London, 1999) y otras líneas similares, tratan de implementar modos de conocimiento de la Opinión Pública más sofisticados que las encuestas, sin renunciar a ellas. La cuestión es de números: las encuestas permiten el tratamiento numérico aunque opaquen, efectivamente, el marco cognitivo. En Bouza, Fermín, *idem*.

identifica (más o menos) las encuestas y la Opinión Pública es potente y extenso, incluso entre sus críticos.<sup>30</sup>

Siguiendo el tema de la encuesta. Bouza nos presenta otra perspectiva, la cual establece que las encuestas no son útiles para generar un concepto propio de éstas.

Herbert Blumer<sup>31</sup> tenía una pésima opinión de las encuestas, opinión que es ya un referente histórico de toda crítica a las encuestas (descontextualización de la respuesta fuera de la vida social, era un acto individual) pero que no explica la extraordinaria eficacia de éstas para conocer... ¿la opinión pública?, yo no tengo mayor inconveniente en hablar de opinión pública y referirme con ello a resultados de encuesta. De hecho, esta ha sido la opinión prevaleciente, y la que funciona sin gran debate entre científicos sociales. Pero desde posiciones normativistas, tanto filosóficas<sup>32</sup> como politológicas,<sup>33</sup> se insiste en lo absurdo de la falacia sociológica que consiste en llamar opinión pública a opiniones poco ilustradas de gentes influidas por los medios de comunicación, frente a las auténticas opiniones que formarán la auténtica opinión pública en una sociedad bien estructurada cuyos ciudadanos tengan realmente una opinión propia.

Como inferencia a lo anterior, nos dice:

Creo que estas sociedades “mentales” o ideales de los normativistas no interesan mucho a los sociólogos, más obligados a hablar de la realidad y más cautos en cuanto a fantasías virtuales y diseños conceptuales de esa clase. Y creo que Allport hacia bien, más allá o más acá de cualquier debate metodológico, en reivindicar a los individuos, porque ellos son la sustancia formante de toda Sociedad, Opinión o actividad humana, y son, por supuesto, un claro concepto empírico, aunque esto no deba excluir el uso de conceptos teóricos con alguna posibilidad explicativa y con alguna probabilidad de una aceptable operacionalización. La Opinión Pública puede ser uno de estos últimos.<sup>34</sup>

Estamos de acuerdo con Bouza, cuando nos indica que:

En general, los intentos de definir la Opinión Pública tiene un interés derivado de su propia expresividad cultural en un momento histórico determinado: las luchas conceptuales por definir fenómenos complejos y no bien conocidos son bastante frecuentes, finalmente, [...] llamamos opinión pública a lo que expresan numéricamente las encuestas, es decir: el *agregado numérico de conductas verbales públicas en tanto*

---

<sup>30</sup> Bouza, Fermín, *ídem*.

<sup>31</sup> Blumer, Herbert, “Public Opinion and Public Opinion Polling”, *American Sociological Review*, trad. de Blumer, *El Interaccionismo Simbólico*, Hora, Barcelona, 1982. En Bouza, Fermín, *op. cit.*, nota 22.

<sup>32</sup> Habermas, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública*, Trad. de A. Donénech y R. Grasa, Gustavo Gili, Barcelona, 1994. En Bouza, Fermín, *ídem*.

<sup>33</sup> Sartori, Giovanni, *Teoría de la democracia*, Alianza, Madrid, 1988. En Bouza, Fermín, *ídem*.

<sup>34</sup> En Bouza, Fermín, *ídem*.

que respuestas a preguntas en un cuestionario. Con esos datos trabajamos los sociólogos y desde esos datos vamos conociendo relativamente bien las conductas sociales del hombre.

.....  
[...] el concepto de opinión pública [...] comenzó siendo un concepto sencillo y claro (opinión popular, opinión general: lo que la gente dice que piensa) comenzó a complicarse cuando la crítica a la revolución francesa y a los procesos democráticos posteriores se convirtió en crítica a lo que sustentaba estos procesos: la opinión popular, así llamada también opinión pública, causa y efecto de esos cambios históricos.

Era la *vox populi* transformada en fuerza política o de voto. Pero esa opinión pública, que era la opinión de masa<sup>35</sup> (J. S. Mill),<sup>36</sup> era también una fuerza insoportable para la gente que desconfiaba de esa nueva movilización de masas que fue la sociedad postrevolucionaria y premoderna.

La pretensión sociológica y demoscópica (Gallup, Roper, etcétera) de atrapar a la opinión en las encuestas fue duramente criticada, incluso desde la Sociología. Pero no se conoce procedimiento más preciso de conocimiento de la opinión (popular, general, pública), aunque sabemos sus limitaciones.<sup>37</sup>

Tratando a la opinión pública como el elemento esencial que llega a tener el Estado como un acercamiento de lo que piensa, opina la masa, al igual que no sólo se concentra en opinar sobre el estado, sino que la interpretamos como un medio que será de gran ayuda para conocer lo que la gente opina respecto a una problemática o más sencillamente a una situación determinada, siendo para la Sociología una herramienta esencial para comprender el estado en que se encuentra la sociedad. De esta manera Bouzan nos afirma:

A pesar de que la versión sociológica del concepto fue imponiéndose de hecho, la reflexión más general sobre el contenido del concepto se hizo en términos tanteóricos o tan abstractos que no hubo forma de conectar

---

<sup>35</sup>Y siempre vale la pena desandar el camino conceptual y teórico hacia este tremendo concepto de masa/masas, que al tiempo que expresaba la concreción urbana de la revolución industrial y demográfica, con todo lo que arrastró, evidenciaba un sentimiento elitista de pérdida del paraíso premoderno entre las minorías ilustradas. En Bouza, Fermín, *ídem*.

<sup>36</sup>Mill. J. S. (1965). *De la libertad, en Libertad. Gobierno representativo. Esclavitud femenina*, Madrid, Tecnos. (ed. Or: 1859). Trad. de Marta C. C. de Iturbe. Introducción de Pablo Lucas Verdú. Pp. 98-99: "La verdad es que cualquier homenaje que se pretenda rendir, o que se rinda, a la superioridad intelectual, verdadera o supuesta, la tendencia general de las cosas en el mundo es hacer de la medianía el poder denominados. En la historia antigua, en la Edad Media, y también, aunque en menor grado, durante la larga transición del feudalismo a los tiempos modernos, el individuo era un poder por sí sólo; y tenía o grandes talentos o una posición social elevada este poder era considerable. Ahora los individuos se pierden en la multitud. En política es casi una tontería decir que la opinión pública gobierna actualmente el mundo. El único poder que merece este nombre es el de las masas o el de los Gobiernos que se hacen órganos de las tendencias e instintos de las masas. En Bouza, Fermín, *ídem*.

<sup>37</sup> En Bouza, Fermín, *ídem*.

tan denso y plurimodal concepto de opinión pública con ningún método humano de conocimiento: se fue transformando en un concepto jurídico de dudosísima evidencia, pero bien recibido por las ciencias normativas. Un concepto fuera de toda realidad: una excusa para hablar de todo y nada, que es en lo que acaban esa clase de conceptos tan maltratados.

Esta fue una de las causas de la decadencia de los estudios de opinión pública y de la peregrina idea de que, a partir de ahora, habría que hablar de *Comunicación Pública*, como si se hubiera dado una inexplicada sustitución entre dos conceptos próximos pero en absoluto coincidentes, pero los estudios de Opinión Pública vuelven a ser reclamados al primer plano de las ciencias sociales desde diversas perspectivas.

La ciencia de opinión pública, su estudio científico y sistemático, regresa ahora de la mano de ciertas necesidades explicativas, y se vincula cada vez más directamente a la gobernación por sondeos o a la influencia de los sondeos de opinión en las políticas gubernamentales, tal como resume el sociólogo Juan Jesús González “no faltan acercamientos críticos a la relación encuestas/opinión pública, como es lógico, porque las encuestas muestran numerosas debilidades descriptivas que es preciso suplir con estudios paralelos, y eso no afecta a lo sustancial de su función en los estudios de opinión pública”.

De hecho, la contestación a un cuestionario tiende más a la *Cool Cognition* que a la *Hot Cognition*, pero, en el área de las encuestas electorales, las campañas disparan las cogniciones *hot* (no siempre, a veces ocurre a la inversa según el diseño de la/s campaña/s) e introducen la emoción como un factor de volatilidad de voto que no es fácilmente controlable por las encuestas. La emoción entra en juego y abre nuevos campos de investigación intentando explicar cambios, matices, rupturas, etcétera de la opinión pública.<sup>38</sup>

Como hemos visto, la opinión pública se ha convertido en un objeto de estudio diversificado por encontrar una definición, tal y como lo marca Fermín Bouzan en su artículo *Desventuras de un concepto claro y distinto: opinión pública*, muchos pensadores de todos los tiempos describen a este fenómeno de diferentes maneras.

Incluso al reflexionar sobre la complejidad de la opinión pública, los investigadores de Opinión Pública proceden de muchas disciplinas, en su mayor parte de la Ciencia Política, de la Sociología, de la Psicología y de la Comunicación.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> En marzo de este año se celebró en la Universidad de Iowa, EE. UU., la *Shambaugh Conferencia on Affect and Cognition in Political Action*, que es un evento en el que la clase de cosas que afectan a los procesos cognitivos en el área política y los desvían de un modelo puramente racional, o un modelo *Cool*, según la perspectiva teórica en que nos situemos, tienen un papel central. Evidentemente, el estudio de la Opinión Pública no se agota en el tratamiento estadístico de datos de encuesta, por más que estos sean muy relevantes y necesarios.

<sup>39</sup> Crespi, Irving, *ibidem*, p. 42.

A pesar de ser el reflejo de los sondeos de opinión, no acaba de cuadrar teóricamente para su total comprensión. Es un término que no puede explicarse por sí mismo, sino que nos incita a explicarlo a partir de realidades sociales que lo posibilitan. Es por ello que hemos manejado desde el inicio de este capítulo el término desde la perspectiva sociológica para aplicarlo a nuestro estudio específico.

Afortunadamente, la ausencia de un concepto aceptado de una forma generalizada de lo que queremos decir por el término *opinión pública* no ha impedido su estudio por parte de los científicos sociales [...]. Es más, se ha producido cierta convergencia, de forma que –a pesar de la ausencia de consenso sobre lo que es la opinión pública- hasta ahora existe un considerable cuerpo de conocimientos y teorías de rango medio en las que sí existe un acuerdo considerable”.<sup>40</sup>

Como lo plantea Fermín Bouza en su estudio, determinamos que el fenómeno de opinión pública es la suma de percepciones que tiene la gente acerca del mundo que le rodea o de un tema en específico, entendiéndolo como un principio que ha servido como correctivo en los estudios sobre cómo piensan los individuos acerca de determinados asuntos.

De tal manera, Bouza menciona que, Blumer es quien determina al fenómeno de opinión pública como un grupo de personas que son cuestionadas hacia un tema y que están divididas en sus ideas por la forma en cómo enfrentan el tema, mientras que para Allport, refiere a la opinión pública como un conflicto entre los individuos de posiciones opuestas.<sup>41</sup> Este contraste nos permite darnos cuenta de la diversidad en los datos obtenidos siendo la tarea más importante de todo esto, el proceso de explicar la interpretación de todas las perspectivas.

Las opiniones [...] son el resultado de un juicio reflexivo y de procesos psicológicos complejos en los que se consideran los pros y los contras de las ideas opuestas. Cuando deseamos conocer la opinión de un individuo sobre un asunto hacemos preguntas para descubrir qué posición ha tomado, o qué conclusión ha alcanzado sobre ese asunto.<sup>42</sup>

Con esto asumimos también los diferentes estatutos epistemológicos inherentes a estos enfoques. Comparten, sin embargo, el interés por definir y aproximarse a la comprensión del fenómeno de la opinión pública en nuestras sociedades actuales.

Marcando también que para Habermas, la opinión pública tiene la función de dar legitimidad al dominio público por medio de un proceso crítico,

---

<sup>40</sup> *Ídem.*

<sup>41</sup> Estos son los enfoques que a nuestro parecer han tenido mayor relevancia en el estudio de la opinión pública.

<sup>42</sup> Crespi, Irving, *ibidem*, p. 43.

sustentándose en los principios de argumentación y del consenso., respondiendo a una capacidad de síntesis e interpretación.<sup>43</sup>

En la actualidad, encontramos una tensión en el propio núcleo del concepto de opinión pública. El diálogo, la crítica, la participación responsable e informada, y el consenso –como algunas de las formas de comunicación señaladas como normativas de la idea democrática de opinión pública- se hallan desproporcionados respecto de las formas que ha adquirido la comunicación en las sociedades masivas. En el marco “mediático” es preciso reconocer que el espacio público desborda la esfera de las interacciones políticas clásicas y del Estado-nación. Es el escenario gracias al cual el dispositivo institucional y tecnológico propio de las sociedades posindustriales es capaz de presentar a un “público” los múltiples aspectos de la vida social.<sup>44</sup>

Tomaremos en cuenta en esta investigación, la opinión pública o de manera más específica, un grupo de adolescentes que estudian el nivel medio superior en el Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos del Instituto Politécnico Nacional en la ciudad de México, acerca de la forma en cómo consideran ellos mismos a la televisión, que además de ser un medio de comunicación, y una herramienta para su educación, no se considere un medio de entretenimiento, donde la mayoría de sus contenidos son de carácter sexual, político y de consumo.<sup>45</sup>

### 1.3 Medios de comunicación

En la actualidad, hablar de medios de comunicación, nos referimos a aquellos electrónicos que han hecho en la vida del hombre, tal y como lo dice José Manuel Pérez Tornero.

Con la aparición de la imprenta, la humanidad empezó a existir mediante los libros y el lenguaje oral retrocede ante lo impreso. Pero con el paso del tiempo, el dibujo, fotografía, cine video, hacen que lo textual retroceda. La comunicación y la imagen se basan más en ellos, en los teléfonos, en los ordenadores, la televisión [...]. Con la digitalización de la imagen, se consolida una escritura con las mismas funciones que la alfabética en su día respecto al lenguaje oral. Aparece también una nueva forma de abstracción.<sup>46</sup>

Un factor de comunicación más cómodo y fácil de manipular, tal es el caso de la televisión, como factor dominante para nuestro estudio.

---

<sup>43</sup> Habermas, Jürgen, *ibidem*, p. 36.

<sup>44</sup> Gingold, Laura, *ibidem*, pp. 481-482.

<sup>45</sup> Temas en que la audiencia se interesará y que, éstos son explotados para captar la atención del público.

<sup>46</sup> Pérez Tornero, José Manuel, *Comunicación y educación en la sociedad de la información. Nuevos lenguajes y conciencia crítica*, Barcelona, Paidós Ibérica, 2000, p. 87.

Todos los medios de comunicación de masas han suscitado en algún lugar momento la preocupación y el debate en el ámbito académico y en la opinión pública, pero hoy en día, sin duda, es el medio televisivo el que se encuentra en el punto de mira, el que despierta mayores inquietudes acerca del papel ejercido en la difusión de la cultura y de los valores sobre los que ésta se sustenta.<sup>47</sup>

El italiano Giovanni Sartori como uno de los mayores expositores del debate político-cultural contemporáneo, en su obra *homo videns* nos dice:

Así pues, el cambio de agujas se ha producido por el hecho de informarse *viendo*. Este cambio empieza con la televisión. Por tanto, comienzo también yo por el tele-ver. Sean cuales sean los desarrollos virtuales del vídeo-ver posteriores a al televisión [...], es la televisión la que modifica primero, y fundamentalmente, la naturaleza misma de la comunicación, pues la traslada del contexto de la palabra (impresa o radiotransmitida) al contexto de la imagen.

La diferencia es radical. La palabra es un “símbolo” que se resuelve en lo que significa, en lo que nos hace entender. Y entendemos la palabra sólo si podemos, es decir, si conocemos la lengua a la que pertenece; en caso contrario, es letra muerta, un signo o un sonido cualquiera. Por el contrario, la imagen es pura y simple representación visual. La imagen se ve y eso es suficiente; y para verla basta con poseer el sentido de la vista, basta con no ser ciegos. La imagen no se ve en chino, árabe o inglés; como ya he dicho, se ve y es suficiente.<sup>48</sup>

Es de esta manera en que nos detendremos a estudiar a la televisión y la relación con los adolescentes; analizarla como medio que favorece las relaciones sociales, que a través de sus contenidos se permitirá integrar a una sociedad.

Comprender la televisión [...] sus citas, sus miserias o sus grandezas es entender procesos similares que acaecen en el país. Aunque sólo sea por el notable papel que el medio ha jugado y representa en la vida colectiva.<sup>49</sup>

Siendo que los diversos medios de comunicación se encuentran presentes en nuestra vida diaria, y para algunos sólo son la manera más efectiva y rápida de transmitir mensajes a otros, convirtiéndolo en un vehículo de manipulación social; pero al mismo tiempo, hay quienes utilizan a éstos, como un reflejo de la misma sociedad y es justo aquí, donde nos interesa el planteamiento de nuestra investigación, para comprender como un medio logra situarse en el contexto de la sociedad gracias a la influencia que existe de ésta trasformada de necesidad.

---

<sup>47</sup> Montero Ribero, Yolanda, *Televisión, valores y adolescencia*, 1ª ed., Gedisa, Barcelona, 2006, p. 13.

<sup>48</sup> Sartori, Giovanni, *Homo videns. La sociedad teledirigida*, trad. de Ana Días Soler, México, Taurus, 2007, p. 39.

<sup>49</sup> Palacio, Manuel, *Historia de la televisión en España*, 1ª ed., Gedisa, Barcelona, 2001, p. 11.

La comunicación es una actividad social que implica la producción, la transmisión y la recepción de formas simbólicas, por tanto es preciso detallar las formas materiales de expresión.

En el intercambio de productos simbólicos interviene un aserie de características que se pueden analizar como transmisión cultural.

La transmisión cultural comprende [...] tres aspectos: 1) un medio técnico de transmisión; 2) un aparato institucional de transmisión, y 3) el distanciamiento espacio-temporal.

El medio técnico permite que la forma simbólica sea fijada o preservada con diferentes grados de durabilidad. En el caso de la conversación –sea caca a cara o la telefónica- el grado de fijación es bajo o inexistente; cualquier fijación que ocurra puede depender de la facultad de memoria más que de propiedades distintivas de los medios técnicos. Pero en otros casos, como la escritura en un pergamino o en un papel, pueden existir diferentes grados de fijación. Ésta depende del medio empleado –un mensaje tallado en una piedra, por ejemplo, será más durable que uno escrito en un pergamino o en un papel-. Y así como los diferentes medios posibilitan grados de fijación diversos, así varía la eventualidad de que un mensaje fijo pueda alterarse o revisarse.

Por la capacidad de fijación, los medios técnicos están en condiciones de almacenar información y contenidos simbólicos. Por tanto, los medios técnicos pueden ser vistos como diferentes tipos de “mecanismo de almacenamiento de la información”, que posibilitan, en distintas condiciones, la preservación de la información y los contenidos simbólicos y los hacen estar en condiciones de ser empleados en un uso posterior. Los medios tecnológicos y los contenidos informativos o simbólicos almacenados por ellos pueden ser empleados como una fuente para el ejercicio de diferentes formas de poder.

.....  
El segundo atributo de los medios técnicos es que posibilitan un cierto grado de *reproducción*. Por reproducción se entiende la posibilidad de producir múltiples copias de un mismo producto simbólico. Con algunos tipos de medios técnicos, como las piedras talladas, el grado de reproducción puede ser muy bajo: requiere un gran esfuerzo producir, por el medio pétreo mismo, múltiples copias de una forma simbólica talla de piedra. El desarrollo de sistema de escritura y medios técnicos como el papiro y el papel aumentaron la posibilidad de reproducción.<sup>50</sup>

Es de esta manera en que la invención de la imprenta permitió que la reproducción de los mensajes escritos comenzarán a tener una mayor difusión, tomando en cuenta lo que José Manuel Pérez Tornero “probablemente, el primer lenguaje de la humanidad fue gestual”;<sup>51</sup> por lo tanto, mayor sería el alcance en la sociedad, que situándonos en la actualidad, la reproducción no se limitaría sólo a

---

<sup>50</sup> Marafioti, Roberto, *Sentidos de la Comunicación*, 3ª ed., Biblos, Buenos Aires, 2010, pp. 83-85.

<sup>51</sup> Pérez Tornero, José Manuel, *ibidem*, p. 83.

la parte gráfica, sino también de un modo similar la reproducción de sonidos, imágenes, y éstos dos mezclados logrando una gran demanda.

El hecho de que un original o un trabajo auténtico no sea una reproducción se convierte paulatinamente en un rasgo importante del trabajo intelectual, y dado que la reproducción de los bienes simbólicos se vuelve más amplia, el carácter no reproductivo de la obra original se torna un factor relevante para determinación del valor de la obra en el mercado de los productos simbólicos. El desarrollo de las técnicas de impresión y fotografía permite producir múltiples copias y réplicas de obras originales. Pero éstas no son iguales al original precisamente porque son réplicas, y por lo tanto conllevan un valor menos en el mercado de los bienes simbólicos.

Un tercer aspecto de los medios técnicos es que posibilitan un cierto grado de *distanciamiento del espacio y del tiempo*. Cualquier proceso de intercambio simbólico generalmente comprende el desprendimiento de una forma simbólica de su contexto de producción. Es distanciado de su contexto, espacial y temporalmente, y es reimplantado en nuevos contextos que puedan estar localizados en otros tiempos y espacios. Un ejemplo de esta característica es la ópera que inicialmente es un producto cultural desarrollado en Europa, sobre todo en Italia, Alemania y Francia, y que adquiere un grado de popularidad muy intenso en el siglo XIX, pero que al ser trasladado a otros países tiene una significación social diferente [...].

La expresión “distanciamiento espacial y temporal” refiere al proceso de tomar distancia. Todas las formas de comunicación comprenden algún grado de distanciamiento espacio-temporal, algún grado de movimiento a través del tiempo y del espacio.

Desde el momento en que alteran las condiciones espaciales y temporales de comunicación, el empleo de medios técnicos modifica también las condiciones espaciales y temporales bajo las cuales los individuos ejercen poder. Los individuos están en condiciones de comunicarse a través de las distancias espaciales y temporales y, en consecuencia, están en condiciones de actuar e interactuar a distancia. Pueden intervenir e influir en el curso de los eventos que ocurren en sitios que son remotos. El uso de los medios técnicos les brinda a los individuos nuevas formas de organización y control del tiempo y del espacio, y nuevos modos de emplear el espacio y el tiempo para sus propios fines.<sup>52</sup>

Aquí podemos destacar que lo que menciona Roberto Marafioti, la comunicación no sólo se centra en realizar una comunicación y transmitirla de diversas maneras, sino que también un punto importante a considerar es la distancia y el tiempo, es decir, que al momento de ser dirigido o transmitido dicho mensaje visual o auditivo, ya sea el periódico, la radio, o la televisión. Éstos tendrán un carácter respecto al contexto, ya que la persona que perciba el

---

<sup>52</sup> Marafioti, Roberto, *ibidem*, pp. 85-86.

mensaje le dará una interpretación articular independientemente de la fecha y el lugar donde se creó.

Se pueden considerar, por fin, los tipos de *Habilidades, competencias y formas de conocimiento* que están implicadas en el empleo de medios tecnológicos. El uso de medios tecnológicos generalmente presupone un proceso de codificación. Los individuos que utilizan el medio deben de tener la capacidad, por lo menos en alguna manera, de usar las reglas y los procedimientos, más aún, deben estar en condiciones de usarlos en la práctica. Nadie formula estas reglas y procedimientos explícitamente, pero se requiere su uso pertinente cada vez que se emplea un medio técnico de comunicación.

Cuando los individuos codifican y decodifican mensajes no sólo despliegan habilidades y competencias sino también formas de conocimiento y soportes previos que comprenden la parte de las fuentes culturales que sostienen el proceso de intercambio simbólico. Estas formas de conocimiento y antecedentes previos crean los caminos para la comprensión de los mensajes, la relación entre ellos y su integración en la vida diaria.<sup>53</sup>

Para comprender más acerca de los medios de comunicación, tomaremos en cuenta la participación de Niklas Luhmann,<sup>54</sup> en su obra “La realidad de los medios de masas”<sup>55</sup> nos dice:

La comunicación en su forma constitutiva primaria definida como código, como sistema de diferencias, no siente, no posee conciencia, no valora, no discrimina; n es buena ni mala para el ser humano, es simplemente un suceso siego sin sentidos ni rumbo. El modo de razonar es muy parecido a la consideración de Freud sobre el ello: “el ello no está gobernado por las leyes de la razón o de la lógica y n posee valores, ética o moralidad. Sólo le impulsa una consideración: obtener satisfacción para las necesidades instintivas, de acuerdo con el principio del placer”.<sup>56</sup>

Luhmann que influenciado por el pensamiento de Talcott Parsons, construye una teoría.

---

<sup>53</sup> Marafioti, Roberto, *ibídem*, p. 86.

<sup>54</sup> Luhmann nace en Lüneburg (Niedersachsen, Alemania) en 1927. Al finalizar la Segunda Guerra Mundial en 1945 es capturado por los norteamericanos. Cuando se produce su liberación estudia Derecho en la Universidad de Friburgo, Suiza. Una vez obtenido el título de abogado descubre que su verdadero interés era otro. Fue funcionario del Ministerio de Educación de Baja Sajonia y ahí torno un poco más compatible con su trabajo con su dedicación a la lectura sobre todo de obras de Filosofía y Sociología. En ese tiempo lee a Descartes, Kant y Husserl y, además, estudia el primer funcionalismo de Malinowsky y Radcliffe-Brown. En 1960 pasa un año en la Universidad de Harvard para estudiar Ciencias de la Administración y Sociología; allí conoce y mantiene un trato muy estrecho con Talcott Parsons. En Marafioti, Roberto, *ibídem*, p. 150.

<sup>55</sup> Luhmann, Niklas, *La realidad de los medios de masas*, trad. de Javier Torres Nafarrete, Barcelona, Anthropos Editorial, 2000, p. 6.

<sup>56</sup> Luhmann, Niklas, *ibídem*, p. 7.

Interesará aquí hacer una exposición sucinta de los supuestos teóricos de los que parte para luego realizar una explicación más detallada de su concepción de la sociedad como sistema de comunicaciones y la posición que sostiene en torno de los medios masivos como constructores de la realidad.<sup>57</sup>

Mientras tanto, Roberto Marafioti nos planea que la comunicación es una actividad esencial en la vida de cualquier ser humano y ésta se practica diariamente, casi sin pensarlo. A diario comunicamos nuestras ideas, pensamientos, transmitimos información; y podemos hacerlo con cualquier persona, de diferentes maneras; entre ellas tenemos el lenguaje escrito, oral, las señales, en fin, una simple mirada puede ser una forma de comunicarse. Pero el punto no es tan sólo la comunicación, sino quien lo comunica y cómo lo comunica.

Al hablar de los medios masivos hay que tener en cuenta no tanto un determinado número de personas (o una específica proporción de la población) que recibe los productos, sino más bien que son productos disponibles en principio para una pluralidad de receptores.

Es preciso abandonar la perspectiva que supone que los receptores de los productos masivos son espectadores pasivos cuyos sentidos han sido embotados por la recepción mensajes reiterados. También hay que dejar de lado la concepción que supone una recepción aproblemática, acrítica, como si los individuos absorbieran mensajes como si éstos fueran agua.

Si el término “masa” es desorientador en ciertos aspectos, “comunicación” también puede serlo, puesto que los tipos de comunicación que comprenden los medios de comunicación son bastante diferentes de aquellos que están comprometidos en una conversación presencial. El intercambio comunicativo que se da en la interacción presencial, el flujo comunicativo generalmente comprende dos vías: una persona habla, otra contesta, y así sucesivamente. En otras palabras, los intercambios comunicativos cara a cara son fundamentalmente dialógicos. En la mayoría de las formas masivas de comunicación, por el contrario, el flujo comunicativo se dirige abrumadoramente en una sola dirección. Por lo tanto, los receptores de los mensajes mediáticos no son socios en el proceso recíproco de intercambio comunicativo sino más bien participantes de un proceso estructurado de transmisión simbólica. Correspondería hablar de “transmisión” o “difusión” de los mensajes de los medios más que de “comunicación” como tal. Incluso en circunstancias estructuradas de comunicación masiva, los receptores tienen algunas capacidades para intervenir, y contribuyen al curso y al contenido del proceso de comunicación.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Marafioti, Roberto, *ibidem*, p. 151.

<sup>58</sup> *Ibidem*, pp. 86-87.

El ser humano como lo plantea Roberto Marafioti, tiene una necesidad natural de convivir con otro u otros individuos, lo que genera un sentido de comunicación que permita la interacción con el o los otros, siendo el lenguaje un factor inicial en el inicio del desarrollo de una sociedad.

Si la expresión “comunicación de masas” es desorientadora como descripción de una forma más tradicional de transmisión, parece particularmente falta de correspondencia para los nuevos tipos de redes de información y de comunicación que se vuelven cada vez más comunes.

Se deberá emplear la expresión “comunicación de masas” para referirse a la “producción institucionalizada y la difusión generalizada de bienes simbólicos a través de la fijación y transmisión de contenido informativo simbólico”. Se pueden proponer cinco características distintas: 1) los medios técnicos e institucionales de producción y difusión; 2) la mercantilización de los bienes simbólicos; 3) la separación estructurada entre producción y recepción; 4) la capacidad extendida de los productos de los medios en tiempo y espacio; y 5) la circulación pública de formas simbólicas mediadas [...].

No todas estas características son exclusivas de la “comunicación de masas”, pero en conjunto iluminan los aspectos que son típicos e importantes de los fenómenos comunicativos a los cuales hay que referirse.

La primera característica de la comunicación de masas es que comprende ciertos *medios técnicos e institucionales de producción y difusión*. El desarrollo de los medios es inseparable de la evolución de las industrias mediáticas –esto es, la formación de una organización que, desde la Edad Media hasta el presente, ha estado involucrada con la explotación comercial de innovaciones técnicas que posibilitaron la producción y difusión de bienes simbólicos en un orden generalizado-. La evolución de los medios tecnológicos debe vincularse con aspectos institucionales relacionados con el desarrollo de las sociedades modernas.

El hecho de que la comunicación masiva comprenda la explotación comercial de innovaciones técnicas hace explícita la segunda característica: la mercantilización de los bienes simbólicos. Esta mercantilización es un tipo particular de “valorización”, una de las formas en las que los objetos pueden relacionarse con cierto valor. Los bienes simbólicos pueden someterse a dos tipos principales de valorización. La “valorización simbólica” es el proceso a través del cual los bienes simbólicos remiten a “valores simbólicos”. Esto es, el valor que los objetos tienen en virtud de los medios en los que son estimados –denunciados o alabados, despreciados o apreciados- por los individuos.

La segunda característica consiste en la *valorización económica*. Es el proceso a través del cual las formas simbólicas pasan a tomar un “valor económico”, un valor por el cual se intercambian en el mercado. En virtud de la valorización económica, los bienes simbólicos pasan a ser mercancías: se transforman en objetos que pueden ser comprados y

vendidos en un mercado. La mercantilización de los bienes simbólicos da lugar a una auténtica equiparación de las expresiones “formas simbólicas” y “bienes simbólicos”

La comunicación masiva comprende la mercantilización de formas simbólicas pues los objetos producidos por las instituciones mediáticas se someten a la valorización económica. Las formas de valorización varían según los medios técnicos y los marcos institucionales impresos, como los libros o los panfletos, se relaciona con la capacidad de producir y vender copias múltiples de una obra. Otros materiales impresos (diarios, por ejemplo) combinan este modo de valorización con otros mecanismos como la capacidad de venta de los espacios publicitarios.<sup>59</sup>

Dentro del aspecto de valorización como lo plantea Roberto Marafioti, el factor económico es el que sobresale, debido a que en nuestra actualidad, todo objeto es comercial y vendible. Esto lo podemos ejemplificar con la demanda de anuncios que nos rodean hoy en día, donde dichos anuncios nos presentan anuncios que nos ayudarán a tener una mejor calidad de vida.

Estos anuncios utilizan diversos medios para lograr una valorización simbólica, que utilizando sonidos e imágenes específicas, seducen al individuo a crearse una necesidad donde dicho producto se haga parte de la vida del individuo. Atribuyendo a los medios de comunicación una importancia en la socialización de valores, normas, actitudes y opiniones.

La tercera característica alude a *la separación entre la producción de formas simbólicas y su recepción*. En todos los tipos de comunicaciones de masas, el contexto de producción está generalmente separado del de recepción. Los bienes simbólicos son producidos en un contexto o contextuados (principalmente, las instituciones que forman las industrias mediáticas) y transmitidos a receptores ubicados en contextos que son distantes y diversos. Los contextos de producción no son de recepción, así como tampoco estos últimos se relacionan mecánicamente con los primeros. Por lo tanto, el flujo de mensajes está estructurado según la capacidad de los receptores de intervenir o su contribución al proceso de producción.

Desde la producción, significa que el personal incluido en la producción y transmisión de mensajes mediáticos está, en general, desprovisto de las formas directas y continuas de retroalimentación que se dan en la comunicación interpersonal. Por lo tanto los procesos de producción y transmisión se caracterizan por un tipo de distintivo de *indeterminación*, dado que se dan en la ausencia de claves provistas a los receptores [...]. Por supuesto los medios han desarrollado una variedad de técnicas para hacer frente a esta indeterminación, desde el empleo de formas estables que provocan un resultado cierto en la audiencia hasta la investigación y el control regular del tamaño y la respuesta del público.<sup>60</sup>

---

<sup>59</sup>Marafioti, Roberto, *ibidem*, pp. 87-88.

<sup>60</sup>*Ibidem*, pp. 88-89.

Como lo mencionábamos anteriormente, son los individuos quienes con sus propios elementos darán interpretación a los mensajes que reciben, debido a que dichos mensajes son creados por una persona, donde esta persona intentará transmitir su idea, tomando en cuenta que la decodificación será responsabilidad de cada individuo receptor, que en suma con las características del espacio y el tiempo, el mensaje tendrá más de un significado.

Tal es el caso del lenguaje, que a menudo nos encontramos con el problema de que a una sola palabra se le atribuyen diferentes significados, dependiendo del lugar y el momento, como lo mencionaba Roberto Marafioti. Que no sólo en diferentes regiones se presenta este fenómeno, sino también lo podemos encontrar en diferentes grupos sociales, como los grupos de amigos, que entre los jóvenes crean un lenguaje de comunicación entre sí.

Para Luhmann la comunicación se ha convertido en un elemento clave dentro de la estructura que da forma a la sociedad, donde el individuo es un instrumento, que ha dejado de ser una simple suma de individuos para mostrarse como una organización facultada, para crear por sí misma la estructura y los elementos que la componen.

El conocimiento que circula sobre la sociedad y el mundo se tiene gracias a los medios de comunicación para las masas. Esto no sólo comprende el conocimiento sobre la sociedad y sobre la historia sino también el entendimiento acerca de la naturaleza. Pero también hay que advertir que existe una particular desconfianza respecto del poder de manipulación que tienen los medios. Por ello es importante diferenciar las funciones que cumplen en la sociedad.

Para precisar la idea que maneja Luhmann respecto de los medios de comunicación para las masas es importante considerar que entre el emisor y el receptor no debe existir interacción presencial. El quiebre del contacto inmediato asegura altos grados de comunicación puesto que se producen excedentes de comunicación que sólo se controlan en el interior del sistema mediante la auto organización y a partir de la construcción propia de la realidad.

Quienes producen comunicación para los medios suponen exigencias desmedidas y aceptación sin límites por parte de las audiencias. Estos supuestos son los que los llevan a estandarizar la comunicación y a diferenciar sus programas.

La realidad de los medios de comunicación masivos consiste en su propia operación: se imprime, se difunde, se lee, se aceptan emisiones. La cantidad de comunicación que se produce al preparar y, después, al discutir lo que se ha emitido cubre el acontecimiento mismo. Pero el propio proceso de expansión comunicativa es posible sólo por la tecnología. Sin embargo, no hay que tomar la forma de operar las máquinas o los medios electrónicos como los desencadenantes fundamentales de los medios masivos. No todo lo que es condición de posibilidad de las operaciones de su sistema llega a ser parte de su secuencia operativa. Por eso tiene sentido considerar como *realidad*

*real* de los medios de masa la comunicación ininterrumpida que se lleva a cabo en ellos.<sup>61</sup>

Esto nos refiere a que los medios de comunicación, como lo define Roberto Marafioti, son parte importante en la vida social, ya que siendo estos las formas en que se logra una comunicación entre toda la sociedad. “A menudo se afirma que ver la televisión constituye una actividad rutinaria y que el significado de sus mensajes es algo obvio que el telespectador consume de manera pasiva y acrítica”.<sup>62</sup>

Las disposiciones técnicas de la comunicación deben dejarse en un segundo plano y el énfasis principal debe ponerse en si la comunicación es o no es comprendida. Una comunicación se lleva a cabo únicamente cuando alguien ve, oye, lee, y cuando de tal manera que de allí se desprende una comunicación posterior. La acción comunicativa no es en sí misma comunicación.<sup>63</sup>

Es justo lo anterior, un elemento muy importante en el planteamiento de nuestro trabajo, demostrando que la televisión más que ser un medio de comunicación, es un medio que permite la socialización en “detrimento de los que comúnmente se denominan agentes tradicionales (la familia, la escuela, la Iglesia, etcétera)”.<sup>64</sup>

Estos conceptos remiten a las operaciones por medio de las cuales el sistema se reproduce y se diferencia de su entorno. Pero también se puede hablar de lo que es la realidad de los medios, esto es, lo que aparece como realidad para ellos, o aquello que los otros tienen por realidad porque lo han tomado de los medios de comunicación. En este sentido, Luhmann señala que los medios de masas crean una ilusión trascendental, en el sentido de que el quehacer de los medios no tiene que ver sólo con la secuencia de operaciones sino con la secuencia de observadores o, más bien, con una secuencia de operaciones que observan. Esto se puede entender en dos sentidos: el de la operación real, la observación de primer orden que se trata en el nivel de los hechos, y luego aquel que aparece como la realidad de los medios donde se introduce un observador de segundo orden, un observador de los observadores. Se ve entonces por qué los medios construyen una realidad distinta frente a la propia realidad.<sup>65</sup>

Tal y como lo determina Luhmann, la televisión se ha convertido más que un medio de comunicación de masas, en un objeto necesario para el desarrollo de nuestra vida en sociedad, dado que la sociedad en su mayoría posee una, siendo

---

<sup>61</sup> Marafioti, Roberto, *ibidem*, pp. 89-92.

<sup>62</sup> Montero Rivero, Yolanda, *ibidem*, p. 17.

<sup>63</sup> Marafioti, Roberto, *ibidem*, pp. 161-162.

<sup>64</sup> *ibidem*, p. 18.

<sup>65</sup> Marafioti, Roberto, *ibidem*, p. 162.

esto la razón principal para determinar que la televisión es un agente de socialización. “La televisión crea una «multitud solitaria» incluso entre las paredes domésticas”.<sup>66</sup>

Pero dejando a un lado esta característica, podemos determinar que lo que en verdad permite esta socialización son los contenidos que transmite, “ la función de la televisión consiste en convertirse en mediadora de lenguajes, [...] situarse en el centro de la cultura, en remitir a valores y símbolos que comparten los miembros de una determinada comunidad”.<sup>67</sup>

Las comunicaciones de masas proveen a los individuos y a los grupos de auténticas construcciones sociales de la realidad que sirven para reforzar [...] el caso de que no hubiera aún una institucionalización. Los mensajes mediáticos contribuyen a la integración social mediante la interacción del sujeto con el mundo exterior y la asunción de su rol en la comunidad de pertenencia.<sup>68</sup>

Un punto importante para nuestra investigación, como lo mencionábamos con anterioridad, es la importancia de la televisión en nuestra sociedad, donde se ha convertido en un medio que se encuentra presente en todo momento y en cualquier lugar, logrando una presencia y a su vez una dependencia.

La televisión está profundamente radicada en la sociedad, en su papel de ilustrar acontecimientos y de hacerlos accesibles a todos, reforzando así el patrimonio cultural común.

Por su parte, la función de construir ritos [...] se asocia a las diferentes dinámicas sociales que produce la televisión, como por ejemplo, determinar la agenda de los temas de interés u organizar las tareas rutinarias en función de la programación televisiva.

Finalmente, la función de construir modelos se lleva a cabo mediante la captación, la recodificación y la proposición de valores, símbolos, rituales y formas de interacción convertidos en modelos que cabe imitar. En ese sentido, la televisión ya no es sólo un “espejo” del mundo, sino un “ejemplo” de cómo “es” el mundo y de cómo hay que “estar” en él.<sup>69</sup>

De tal manera podemos concluir, como lo menciona el ya citado Roberto Marafioti, el individuo es un simple vehículo de la comunicación, a través del cual se manifiesta la condición de la sociedad. Donde la comunicación es la energía social que impulsa hacia la construcción del consenso, como ya lo habíamos visto en el primer punto, creando una opinión pública, reflejando la posición de la sociedad.

La televisión hoy en día es el medio de comunicación con mayor penetración en el mundo. Diariamente millones de personas nos exponemos a ver

---

<sup>66</sup> Sartori, Giovanni, *ibidem*, p. 133.

<sup>67</sup> Montero Rivero, Yolanda, *ibidem*, p. 19.

<sup>68</sup> *Ídem*.

<sup>69</sup> *Ídem*.

una gran cantidad de imágenes, estereotipos, que también pretender marcarnos valores e incluso dar propuestas ideológicas.

El principal reto descansa en nuestra habilidad de reconocer la relación entre los televidentes y la televisión de acuerdo a como son mediados por las determinaciones en la vida cotidiana además del involucramiento diario de los televidentes con otras tecnologías en relación con la conducta de comunicación mediada comúnmente.

La interacción de la televisión con la gente, enfatiza su integración dentro del mundo occidental, o sea, el mirar la televisión, hablar y leer sobre la televisión se ajustan a horarios que son el resultado de una atención enfocada o desenfocada, consciente e inconsciente. La televisión nos acompaña cuando nos levantamos, cuando desayunamos, o vamos a un restaurante, un bar e incluso en un transporte público; de manera psicológica nos reconforta cuando estamos solos, es más nos ayuda a poder conciliar el sueño, nos da placer, nos aburre e incluso nos puede llevar a cuestionarnos y aunque a veces nos quejamos de ella seguimos mirándola. Hoy la televisión nos parece de lo más natural, pero ni siquiera sabemos cómo opera mecánica y tal vez ideológicamente.

#### *1.4 Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs)*

Los seres humanos hoy en día, vivimos inmersos de la tecnología, con la intensión de hacer la vida del hombre cada vez más cómoda; la comunicación se ha ido adaptando a estas evoluciones constantes de la tecnología.

La Tecnologías de la Información y Comunicación ha permitido llevar la globalidad al mundo de la comunicación, facilitando la interconexión entre las personas e instituciones a nivel mundial, y eliminando barreras espaciales y temporales.

Se denominan Tecnologías de la Información y las Comunicaciones al conjunto de tecnologías que permiten la adquisición, producción y almacenamiento, tratamiento, comunicación, registro y presentación de informaciones, en forma de voz. Las TICs incluyen la electrónica como tecnología base que soporta el desarrollo de las telecomunicaciones, la informática y el audiovisual.<sup>70</sup>

Dentro de las tecnologías de la información y comunicación, éstas cumplen con ciertas características:

- a) Inmaterialidad (Posibilidad d digitalización). Las TICs convierten la información tradicionalmente sujeta a un medio físico, en inmaterial. Mediante la digitalización es posible almacenar grandes cantidades de información, en dispositivos físicos de pequeño tamaño (discos, CD, memorias USB, etc.). A su vez los

---

<sup>70</sup>Rosario, Jimmy, *La Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Su uso como herramienta para el fortalecimiento y el desarrollo de la educación virtual*. En línea, internet 2 de octubre de 2011, disponible en <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=218>.

usuarios pueden acceder a información ubicada en dispositivos electrónicos lejanos, que se transmite utilizando las redes de comunicación, de una forma transparente e inmaterial.

Esta característica, ha venido a definir lo que se ha denominado como “realidad virtual”, esto es, realidad no real. Mediante el uso de las TICs se están creando grupos de personas que interactúan según sus propios intereses. Conformando comunidades o grupos virtuales.

- b) Instantaneidad. Podemos transmitir la información instantánea a lugares muy alejados físicamente, mediante las denominadas “autopistas de la información”.

Se han acuñado términos como *ciberespacio*, para definir el espacio virtual, no real, en el que se sitúa la información, al no asumir las características físicas del objeto utilizado para su almacenamiento, adquiriendo ese grado de inmediatez e inmaterialidad.

- c) Aplicaciones multimedia. Las aplicaciones o programas multimedia han sido desarrollados como una interfaz amigable y sencilla de comunicación, para facilitar el acceso a las TICs de todos los usuarios. Una de las características más importantes de esos entornos es “La interactividad”. Es posible la característica más significativa. A diferencia de las tecnologías más clásicas (TV, radio) que permiten una interacción unidireccional, de un emisor a una masa de espectadores pasivos, el uso del ordenador interconectado mediante las redes digitales de comunicación, proporciona una comunicación bidireccional (sincrónica y asincrónica), persona-persona y persona-grupo. Se está produciendo, por tanto, un cambio hacia la comunicación entre personas y grupos que interactúan según sus intereses, conformando lo que se denomina “comunidades virtuales”. El usuario de las TICs es por tanto, un sujeto activo, que envía sus propios mensajes y, lo más importante, toma las decisiones sobre el proceso a seguir: secuencia, ritmo, código, etc.

Otra característica más relevante de las aplicaciones multimedia, y que mayor incidencia tienen sobre el sistema educativo, es la posibilidad de transmitir información a partir de diferentes medios (texto, imagen, sonido, animaciones, etc.) por primera vez, en un mismo documento se pueden transmitir informaciones multi-sensoriales, desde un modelo interactivo.<sup>71</sup>

Los medios de comunicación como ya lo hemos visto anteriormente están logrando que el ser humano se haga dependiente a ellos debido a su fácil manejo y al bajo costo que esto genera a pesar de las distancias. Es por ello que las tecnologías de información y comunicación se hacen más presentes en el mundo, permitiendo una relación de poder sobre los usuarios de estas tecnologías, justo como lo mencionamos al inicio de este capítulo con las formas de pensamiento.

---

<sup>71</sup>Rosario, Jimmy, *idem*.

De acuerdo con datos de 1982, existían en el país 8247 estaciones de radio y 24 sistemas de televisión con alrededor de 76 canales. El profesionalismo con el que han venido avanzando el periodismo por televisión y radio; el recurso que ofrecen al público del sonido y la imagen; su inmediatez al dar a conocer sucesos; su cobertura nacional y mundial, la posibilidad del teléfono abierto para recibir llamadas del auditorio; el hecho de que el radioescucha o el televidente no tengan que pagar diariamente para enterarse o entretenerse; la alternativa de tener, además, cultura y diversión a través de esos dos apartados, ubican a los medios electrónicos como los más importantes en este momento como recurso para la comunicación política.

Los medios de comunicación también han resistido la crisis, pero lo más importante para ellos es que no viven de la venta de información. Durante sus 12 ó 18 hora de transmisión ininterrumpida pueden contar con la más amplia diversidad de patrocinadores, anunciantes porque siempre hay radioescuchas o televidentes en sintonía. Existen más de 4 millones de televisores en el país que tienen un público permanente promedio de 4 ó 5 personas por aparato; radios existen prácticamente en todos los hogares, en todos los vehículos sean automóviles, autobuses, camiones o tractocamiones, independientemente de los radios portátiles.

[...] En adición a lo anterior el mexicano no tiene tradición de leer periódicos, libros o revistas (si acaso comic y fotonovelas) y prefiere la comodidad de los medios electrónicos para enterarse de noticias y comentarios.<sup>72</sup>

Como hemos venido estudiando, la televisión ha sido considerada por algunos autores como omnipresente y con el desarrollo de la tecnología, este medio se va adecuando a los avances haciendo de la televisión un aparato cada vez con características específicas, provocando al televidente la necesidad de adquirir un aparato con ciertas características para adecuarse a obtener una mejor calidad de imagen.

Apareció la antena portátil en forma de “V” para los receptores, con lo que se facilitó la instalación y se mejoró la recepción. El famoso control remoto, objeto de estudios como el que dice que en las modernas relaciones de pareja el que tiene el control remoto tiene el poder, se estrenó en junio de 1956. Con la llegada de la era espacial hubo nuevos avances tecnológicos: en 1965 apareció la televisión por satélite, cuando la sonda espacial soviética Lunik III envió a la Tierra las primeras imágenes de la cara oculta de la Luna; en 1961 la televisión transmitió las primeras imágenes del hombre en el espacio, y en 1965 el satélite estadounidense Early Bird, Pájaro Madrugador, permitió la transmisión de programas en directo entre Estados Unidos y Europa.

---

<sup>72</sup>Celis García, Nephtalí, *El poder de la comunicación. La comunicación del poder*. México, Porrúa, 2007, p. 109.

Los avances continuaron y los Juegos Olímpicos de Moscú, de 1980, fueron la mejor oportunidad de las grandes empresas televisivas para convertirse en verdaderas cadenas internacionales de noticias. Estuvieron informando y presentando imágenes simultáneas del boicot a la Olimpiada que encabezó Estados Unidos; de la invasión soviética de Afganistán; de la situación de tensión que se vivía en los países y grandes ciudades del bloque comunista; del conflicto entre el entonces presidente estadounidense James Carter y el presidente del Comité Olímpico Internacional y de la presión de los países afines a la propuesta de los Estados Unidos para que se cambiara la sede de la XXII Olimpiada o que las tropas soviéticas se retiraran del territorio de Afganistán, lo que hizo que la decisión final de Estados Unidos fuera de no acudir al certamen de Moscú. La iniciativa fue seguida por 64 países, entre los que se encontraban la República Federal Alemana, Canadá y Japón. Desde todos ellos, las cadenas de televisión realizaron reportajes especiales en vivo y en directo.

En 1981 la compañía Sony presentó la cámara de video digital, junto con uno de los más grandes inventos en materia de desarrollo tecnológico de la televisión: la grabación magnética de audio y video. Antes de eso la película era la única forma disponible de registro de contenidos para esta industria. La búsqueda por mejor la calidad de la imagen no ha cesado. la tecnología ha logrado recrear imágenes de excelente definición gracias al desarrollo de la televisión de alta definición HDTV, High Definition Television , inventada en 1989, cuyo éxito radica en la amplitud de banda utilizada, y aunque todavía no se masifica, los receptores digitales de televisión (DTR) se encuentran disponibles para el público [...]. El registro y almacenaje de imágenes también continuo renovándose; el DVD, Digital Video Disc o Digital Versatile Disc, ha permitido guardar hasta 4.7 gigabytes en una de sus caras o 153 minutos de película, por lo que las industrias de televisión [...] han reconocido a este DVD como el estándar oficial.<sup>73</sup>

No cabe duda que la tecnología a beneficiado mucho al área de las comunicaciones y seguramente como pase el tiempo, éstas irán innovando y más aún con la existencia de la comunicación por internet, que al mismo tiempo de ser de fácil acceso es barata.

Ahora se han desarrollado las combinaciones de televisión, computadora y teléfono; esa maravillosa convergencia de tecnologías que se vislumbra en el horizonte para seguir transformando nuestros hábitos y creando otros nuevos.<sup>74</sup>

Este binomio televisión-televidente como la mencionamos anteriormente, es tan homogéneo que en la televisión se ha llegado a ejercer una interacción.

---

<sup>73</sup>Borbón, Rafael, *Crisis mundial y medios de comunicación*, México, Radio TV, Fundación Latinoamericana de radio y televisión, 2009, pp. 65-68.

<sup>74</sup>*Ibidem*, p. 68.

Las novedosas aplicaciones, como el video bajo demanda y el comercio electrónico, entre otras, ya son parte del espectro de posibilidades que la interactividad trae consigo. ¿Y cómo influirá todo esto en nuestras vidas? Eso es algo que sólo el futuro nos dirá. Pero la realidad es que la mayoría de los hogares de todo el mundo, las personas pasan cada vez más horas frente al televisor.<sup>75</sup>

El cómo influye la demanda mediática en nuestras vidas, es una realidad palpable, ya que en nuestro contexto las comunicaciones han permitido que se la comunicación sea ya no sólo verbal y presencial, sino también a través de mensajes de texto por medio de los teléfonos celulares o por medio de correos electrónicos, mismos que llegan a su destinatario de manera casi inmediata. Esto ha permitido que los seres humanos nos veamos dependientes de nuestros aparatos de comunicación, mismos que con el apoyo del desarrollo tecnológico cada vez más presente en los celulares por ejemplo, se logren formas de interacción, como lo menciona Erving Goffman, a quien trataremos en el capítulo tercero.

### 1.5 Teoría de la acción

Para efectos del presente estudio, consideramos pertinente enmarcarlo en la idea de Max Weber<sup>76</sup> como referente del complejo problema de la comunicación que abordaremos más adelante.

No puede entenderse la aportación de Weber a la sociología sin hacer referencia al clima intelectual, en especial filosófico y científico, de la Alemania de comienzos del siglo XX. La teoría marxista formaba parte de aquel clima, pero estaba más dominado por el renacimiento de la filosofía kantiana, según la cual existe un abismo infranqueable entre el mundo de los fenómenos materiales y el mundo del “espíritu” que se manifiesta ante todo en los valores. En relación con el mundo material, se decía que las ciencias naturales pueden y deben formular “leyes de la naturaleza”, enunciados de uniformidades invariables. Aunque la ciencia puede adquirir conocimientos sobre el estado y procesos de la mente humana “interpretándolos” desde adentro, no puede percibir uniformidades en el mundo del “espíritu” y debe limitarse a la descripción y valoración exactas de conocimientos y sus secuencias en sus manifestaciones únicas y no recurrentes.

---

<sup>75</sup>Borbón, Rafael, *ibídem*, p. 68

<sup>76</sup> Maximilian Carl Emil Weber, nació en Erfurt, Prusia, el 21 de abril de 1864. Era hijo de un importante industrial. Fue un filósofo, economista, jurista, historiador, politólogo y sociólogo alemán. Considerado uno de los fundadores del estudio modernos, antipositivista, de la sociología y la administración pública. Sus trabajos más importantes se relacionan con la sociología y el gobierno, pero también escribió mucho en el campo de la economía. Su obra más reconocida es el ensayo *la ética protestante y el espíritu del capitalismo*, que fue el inicio de un trabajo sobre la sociología de la religión. Weber argumentó que la religión fue uno de los aspectos más importantes que influyeron en el desarrollo de las culturas occidental y oriental. En otra de sus obras famosas, *la ciencia como vocación, la política como vocación*, Weber definió el Estado como una entidad que detenta el monopolio de la violencia y los medios de coacción, una definición que fue fundamental en el estudio de la ciencia política moderna en Occidente. Su teoría fue ampliamente conocida a posteriori como la Tesis de Weber. En línea, internet 26 de septiembre de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Max\\_Weber](http://es.wikipedia.org/wiki/Max_Weber)

Weber mismo hizo un valeroso esfuerzo para superar la oposición entre las ciencias de la naturaleza y las ciencias del “espíritu”, y para crear un sistema sociológico que conservara los elementos más valiosos de los dos puntos de vista. Compartiría la creencia de que las ciencias sociales y las ciencias naturales son completamente diferentes. En las ciencias naturales, el interés humano es un interés de dominio: quien conoce las uniformidades puede disponer de las fuerzas de la naturaleza. Por el contrario, en las ciencias sociales el interés de valor. La realidad empírica se convierte en cultura para nosotros porque, y en tanto que, la relacionamos con valores. La validez de los valores es materia de fe, no de conocimiento, según Weber; por lo tanto, las ciencias sociales deben investigar los valores, pero no pueden proporcionar normas e ideales que obliguen y de los que puedan derivarse principios que dirijan la actividad práctica. Por lo tanto, en opinión de Weber, las ciencias sociales (incluidas la sociología y la historia) deben ser ciencias *libres de valores*.<sup>77</sup>

Como vemos en la referencia anterior, Max Weber nos proporciona su postura ante el interés particular de las ciencias puras o ciencias naturales, demostrando que para la sociología dedicando sus estudios al “origen y desarrollo de las instituciones políticas, económicas, jurídicas y religiosas del mundo occidental”.<sup>78</sup>

La sociología de Max Weber es tan diferente de otros sistemas sociológicos, [...] aunque no definió nunca la sociología, puede inferirse que la consideraba como un complejo de interrelaciones humanas caracterizadas por la conducta significativa de una pluralidad de actores. Hizo penetrantes estudios de lo que hoy llamamos cultura, pero no la definió.

Para Weber, el elemento fundamental de la investigación sociológica es la “acción social típica”, o aun el individuo aislado, a quién él llamó unidad básica o átomo de la sociedad. El problema de las relaciones entre el individuo y la sociedad no se le planteó a Weber ya que concebía la sociedad, en último análisis, como la probabilidad de acciones humanas especificadas.

De manera consecuente y convincente negó Weber la existencia de un sólo factor determinante de la sociedad o del cambio social; pero el carácter subjetivo de su sociología, con su insistencia sobre la acción racional, lo inclinaba a destacar el papel de las ideas en la vida social.

Weber, definió la sociología ambiguamente, ya como el estudio de las acción social en su significación subjetiva, ya como el estudio de la acción social típica. En la práctica, él trabajó de acuerdo con la segunda definición, empleando el método del tipo ideal o puro.<sup>79</sup>

De tal forma Max Weber, para nuestro planteamiento que proponemos a investigar, determinamos que nos detendremos a analizar el pensamiento de éste, tomando en cuenta que destaca la infinitud de los hechos sociales en las relaciones del hombre dentro de la historia de la humanidad, por lo que entiende que es imposible establecer axiomas que puedan explicar en forma homogénea y

---

<sup>77</sup> Timasheff, Nicholas S. *La teoría sociológica*. Trad. de Florentino M. Torner, Fondo de Cultura Económica, México, 2006, p. 215.

<sup>78</sup> *Ibidem*, p. 216.

<sup>79</sup> *Ibidem*, p. 231-232.

universal el comportamiento humano ante una situación en particular como lo es nuestro tema de interés, la creación del tipo ideal desde la teoría fundamentada en la idea de Weber.

### 1.5.1 Max weber

Max Weber basó su sociología en la Intersubjetividad, en la cual plantea que, la sociedad se caracteriza por la existencia de acciones portadoras de sentido, donde es necesario comprender y cuyo estudio no puede seguir las pautas del conocimiento científico-natural, sino que es preciso elaborar un nuevo método que permita captar la especificidad de lo social.

El cuerpo metodológico de Weber representa un esfuerzo para establecer un camino entre los elementos del positivismo y el subjetivismo [...] La preocupación para Weber por demostrar los errores de otros frecuentemente oscurece los elementos de su propia posición.<sup>80</sup>

Ante tal postura, debemos definir que los positivistas<sup>81</sup> siguen una corriente, en la cual, los científicos sociales deben emplear los métodos utilizados por los científicos naturales, siendo el objetivo entre ambas la creación de leyes universales. Y por otro lado, la parte subjetiva, determina que los métodos de las ciencias sociales son únicas, siendo que el análisis del científico social es reproducir la realidad social minuciosamente a través de un proceso de “intuir” o “revivir”.

Max Weber hizo el esfuerzo por superar la oposición entre estas corrientes y para crear un sistema sociológico que conservara los elementos más valiosos de los dos puntos de vista, donde el objeto y el método que creó para la sociología fueron escritos con claridad en las primeras páginas de una de sus obras más representativas: “Economía y Sociedad”.<sup>82</sup>

Compartía la creencia de que las ciencias sociales y las ciencias naturales son completamente diferentes. En las ciencias naturales, el interés humano es un interés de dominio: quien

---

<sup>80</sup>Hekman, Susan J, *Max Weber, el tipo ideal y la Teoría Social Contemporánea*, trad. de ángel Federico Nebbia Diesing, México, Mc Graw-Hill, 1999, p. 22.

<sup>81</sup>Positivismo: Sistema filosófico creado por Augusto Comte, que empleó esta palabra para indicar la última y más elevada fase del conocimiento. La consideraba, en efecto, como el término de una evolución que tuvo origen en el conocimiento teológico o fabulatorio primitivo, y que, a través de una fase intermedia metafísica o abstracta, llega, por último, a la positiva o científica.. el positivismo reduce todo el conocimiento a la ciencia natural y todos los métodos científicos a los métodos objetivos de observación y clasificación de fenómenos, tal como éstos se captan en la experiencia de sus relaciones invariables de coexistencia, sucesión y semejanza. En Pratt Fairchild, *ibidem*, p. 226.

<sup>82</sup>Esta obra comprende diversos temas sobre religión, economía, política, administración pública y sociología. Es también uno de los textos con mayor penetración en el pensamiento del siglo veinte, y su influencia permanece en nuestros días. El Fondo de Cultura Económica publicó la primera traducción completa al español en 1964. En línea, internet 26 de septiembre de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_y\\_sociedad](http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_y_sociedad)

conoce las uniformidades puede disponer de las fuerzas de la naturaleza. Por el contrario, en las ciencias sociales el interés se dirige a la valoración.<sup>83</sup>

Según Weber, las ciencias sociales incluidas la sociología y la historia deben ser libres de valores<sup>84</sup> ya que no pueden proporcionar normas e ideales que obliguen y que puedan derivar principios que dirijan la actividad práctica.

Siendo que la sociedad misma está sujeta a un movimiento constante, Weber determinó a la acción social como objeto central de la sociología; donde su comprensión se logra mediante la interpretación como el principal camino para su estudio.

La interpretación de una secuencia de acontecimientos es causalmente adecuada si observaciones minuciosas conducen a la generalización de que es probable que la secuencia ocurra siempre de la misma manera. Esas generalizaciones, según Weber, deben derivarse estadísticamente siempre que sea posible. Para los fenómenos que no puedan ser estadísticamente descritos e interpretados, queda la posibilidad de comparar el mayor número posible de procesos históricos o contemporáneos análogos y que difieran sólo respecto del factor cuyo papel se está investigando.<sup>85</sup>

Lo importante es que la subjetividad de la acción social esté cargada de significado para el investigador, que al orientarla, la haga comprensible e incluso se explique. Esa relatividad significativa permite captar la lógica de fondo que subyace a la acción social a través de la comprensión.

Weber define a la acción como una conducta humana a la que el actor concede un sentido subjetivo, mismo que marca a la conducta como sentido subjetivo, donde la acción está orientada hacia la conducta de los demás. Así podemos ver que los elementos básicos que necesitamos para entender la acción social son:

1. Se trata de una conducta con sentido y significado, por lo tanto es comprensible.
2. Que está dirigida a otra persona.<sup>86</sup>

El primero nos orientará a distinguir las acciones con significado de los individuos, de las meras acciones ante un estímulo cualquiera. No es lo mismo guiñar un ojo a alguien, que cerrarlo de pronto porque nos entró algo, o sea, en el primer caso, estamos ante una situación con sentido, en cambio en el segundo no.

La referencia a otra persona le da a la acción su carácter social. Cuando saludamos a alguien o elegimos un regalo en espera que alguna persona lo

---

<sup>83</sup> Timasheff, Nicholas S., *ibidem*, p. 215.

<sup>84</sup> El concepto de cultura es un concepto de valor. La realidad empírica se convierte en cultura para nosotros porque, y en tanto que, la relacionamos con valores. La validez de los valores es materia de fé, no de conocimiento [...]. En Timasheff, Nicholas S, *ibidem*, p. 215.

<sup>85</sup> *Ibidem*, p. 217.

<sup>86</sup> Aguilat Villanueva, Luis. *Weber, la idea de la Acción social*. Vol. II, México, UNAM, Coordinación de Humanidades, México, 1989, p. 570.

acepte, estamos siempre ante casos de acciones sociales. Para esto Weber describió cuatro tipos de acción social:<sup>87</sup>

1. La acción social de acuerdo a fines
2. La acción racional de acuerdo a valores
3. La acción afectiva
4. La acción tradicional

Para poder entenderlos hay que considerar todos los elementos que están implícitos en la acción de la persona, es decir, la persona tiene ciertos valores por los que se “orienta” para vivir, creyendo que algunas cosas son buenas y otras malas. Independientemente que tiene metas y fines que alcanzar, siendo que para lograr esos, el sujeto dispondrá de medios entre los cuales elegir, donde finalmente su acción tendrá determinadas consecuencias, según hayan sido los medios y fines por los que haya optado.

En el primero de estos cuatro tipos, corresponde a la manera más racional posible de la acción. La persona que pasa por todo un proceso de deliberación en la cual según valores, la persona fijará los fines y los medios más adecuados y viables para poder realizar la acción; donde finalmente evaluará las consecuencias que puede traerle tanto el poder lograr sus fines como en la utilización de los medios y si las consecuencias son perjudiciales, podrá tener la posibilidad de cambiar el curso de su acción.

Aunque en su obra Weber utiliza el término racionalidad de muchas y variadas formas, lo que más nos interesa aquí es el proceso relacionado con uno de los cuatro tipos identificados.<sup>88</sup>

A diferencia del primer caso, la acción racional de acuerdo a valores implica la orientación de la acción motivada por la creencia de un determinado valor, que es visto como absoluto, como sucede en los casos de las convicciones religiosas e incluso hasta de carácter político. En este caso el proceso de decisión de su curso de acción es mucho más breve y se limita a encontrar el camino más corto y fácil para la conclusión de su fin, es decir, la persona que está dispuesta a dar su vida por una causa no piensa en las consecuencias de lo que hace, simplemente sólo quiere realizar el valor en el que el sujeto cree. De esta manera la acción no deja de ser racional, ya que los medios elegidos son los más adecuados para alcanzar el fin y realizar el valor, siendo que la conexión entre el medio, el fin y el valor, es de carácter racional.

En la acción afectiva<sup>89</sup> se desarrolla bajo el influjo de un estado emotivo y, siguiendo el esquema weberiano, ésta se hallaría en los límites de lo significativo y

---

<sup>87</sup> Aguilar Villanueva, Luis, *ibidem*, p. 571.

<sup>88</sup> Ritzer, George *Teoría Sociológica Moderna*, trad. de María Teresa Casado Rodríguez, 5ª. ed., México, McGraw-Hill, 2002, p. 37.

<sup>89</sup> Es un tipo de acción que se encuentra en el límite entre la conducta con sentido (de manera racional) y la meramente reactiva a un estímulo (de manera inconsciente).

no significado, debido a que su sentido no se establece en la instrumentación de medios hacia fines sino en realizar un acto *porque si*.

El cuarto de los casos lo constituye la acción tradicional. Es aquella que está determinada por la costumbre arraigada, la cual puede tratarse de hábitos que nos hemos formado en relación a los demás, cuyo sentido puede llegar a agotarse, es decir, cuando entramos a un lugar donde hay gente que no conocemos y decimos buenos días, no sólo es para saludar a los que estén allí, o porque sea moda, o quisiéramos saber o demostrar que ya llegamos, o nos interese solamente conocerlos, simplemente es *costumbre*<sup>90</sup> hacerlo y lo hacemos.

Weber plantea determinadas premisas las cuales nos marcan y determinan que en el pensamiento y la acción de los hombres pesan valores adquiridos; donde los hombres persiguen metas llegando a los fines a través de determinados medios, los cuales tendrán consecuencias que están en relación directa con los medios utilizados y los fines perseguidos.

<b>Elementos del sentido subjetivo</b>				
<b>Tipos de acción</b>	<b>Medios</b>	<b>Fines</b>	<b>valores</b>	<b>Consecuencias</b>
Racional según fines	+	+	+	+
Racional según valores	+	+	+	-
Afectivos	+	+	-	-
Tradicional	+	-	-	-

En base a este cuadro<sup>91</sup> podemos concluir que la acción acorde a fines está fundamentalmente compuesta de características racionales, en cambio, la acción de acuerdo a valores son acciones donde su principal base gira de acuerdo a los valores de los sujetos que no consideran las posibles consecuencias de sus actos su principal base son los valores de los sujetos sin considerar las consecuencias. Mientras que la acción afectiva responde a la acción con una carga emotiva, sean positivos o negativos. Y la acción tradicional, es la que se realiza acorde a los valores adquiridos dentro de la misma sociedad, reflejando simplemente a las normas del comportamiento social.

<sup>90</sup>Derivado del latín *Consuetumen*. Que define al hábito, modo habitual de obrar o proceder establecido por tradición o por la repetición de los mismos actos y que puede llegar a adquirir fuerza de precepto.

<sup>91</sup>Elaborado por Jonathan Velasco Jiménez.

Debemos apuntar que, aunque Weber distinguiera entre cuatro tipos ideales como formas de acción, siempre fue muy consciente de que cualquier acción dada implicaba normalmente alguna combinación de estos cuatro tipos. Además Weber argumentó que los sociólogos tienen más oportunidades de comprender la acción racional que la acción dominada por el afecto o la tradición.<sup>92</sup>

La acción social también muestra “regularidades” que la hacen accesible a la investigación científica (siendo que Weber no menciona las posibilidades de la estadística). Determina que no toda regularidad implica la existencia de una acción social, es decir, muchos podemos abrir una sombrilla cuando comienza a llover, sin que esto implique que exista la intención de coordinar la actividad con los demás personajes que estén a nuestro alrededor. Lo esencial es que diversos individuos partan del mismo “sentido” atribuido a la acción o al comportamiento de otro individuo.

Con esto llegamos al tema de la organización, que es la que se caracteriza por las regularidades en los comportamientos de sus integrantes y además porque esos tienen el carácter de acción social, es decir, que está orientada internamente a las acciones de otros de manera que puedan obtenerse los objetivos de la organización, claro si el grupo es muy pequeño eso es mucho más fácil. Por lo contrario en grupos con mayor número de integrantes como lo pueden ser las organizaciones, se hace un poco más difícil, para orientar o mejor dicho para coordinar la actividad se requiere de ayuda externa. Esta se centra en los elementos estructurales.

Weber estructura sus categorías sobre las relaciones sociales, dentro de la acción social, donde parte de la clasificación en clases, subclases, etcétera.

La sociedad está estratificada sobre la base de la economía, el estatus y el poder. Ello implica que la gente pueda situarse en la parte más alta de una o dos de esas dimensiones de la estratificación, y en la baja de otra (u otras). Esto permite un análisis más sofisticado de la estratificación social del que es posible cuando ésta sólo se reduce [...] a las variaciones en la situación económica.<sup>93</sup>

#### 1.5.1.1 Tipo Ideal

El “tipo ideal” es la respuesta que Weber da a la cuestión metodológica de la formación del concepto sociológico e histórico. Siendo una construcción mental, está formado por uno o varios aspectos observables en la realidad.

El tipo así construido puede llamarse ideal porque existe como una idea [...] rara vez, o quizá nunca pueden encontrarse en la vida fenómenos que correspondan exactamente al tipo mentalmente construido.<sup>94</sup>

---

<sup>92</sup>Ritzer, George. *Teoría sociológica clásica*, trad. de María Teresa Casado Rodríguez, 3ª. ed, México, McGraw-Hill, 2005, p. 282.

<sup>93</sup>*Ibidem*, p. 28.

<sup>94</sup> Timasheff, Nicholas S, *ibidem*, p. 225.

El “tipo ideal”, es la respuesta que Weber da a la cuestión de la formación del “concepto histórico”, del “universal concreto”. Por consiguiente es la manera como Weber se plantea y resuelve la cuestión básica de su tradición alemana, signada por “lo histórico” y la manera como Weber entiende y fundamenta la relación que puede correr entre razón e historia, conciencia y sociedad, abstracto y concreto.

Su propuesta del “tipo ideal” presentada como la manera de llegar a la “formación del concepto”, no es una ocurrencia del propio investigador, sino una sugerencia personal inédita de cómo se puede o se deba proceder en el método de las ciencias históricas y sociales.

El tipo ideal, es un instrumento para el análisis de acontecimientos o situaciones históricas concretas. Dicho análisis requiere conceptos que estén precisa e inequívocadamente definidos, normas que puedan encontrarse con los tipos ideales.<sup>95</sup>

Un concepto ideal es un concepto límite con el que se comparan las situaciones de la vida o las acciones en el proceso de la investigación.

El tipo ideal además de ser un instrumento esencial para el análisis social, es la respuesta de Weber a los elementos de la tradición. Desde esta perspectiva el concepto ideal, recoge, corrige y reordena los elementos que exigen como cualidades constitutivas del conocimiento histórico. “cuando se estudia de esta manera la realidad concreta –dice Weber-, se hace posible establecer relaciones causales entre sus elementos”.<sup>96</sup>

*Economía y sociedad* es en proporción considerable un intento para construir un sistema de tipos ideales. Sus definiciones son, por así decirlo, «impuestas» por el autor: las formula más o menos dogmáticamente y después las explica atributo por atributo, en ocasiones con largas y detalladas descripciones de situaciones históricas concretas que supone ser ejemplos que ilustran la definición.<sup>97</sup>

Weber ha demostrado que no es posible la ciencia histórica sin el ordenamiento conceptual de la realidad, demostrando también, que no es posible la ciencia histórica sin relación con las ideas de valor culturales con que aborde la realidad, siendo que por medio de las cuales, la realidad obtiene un significado cultural, que se constituye en hecho histórico y por lo tanto en “objeto del conocimiento” historiográfico.

De la misma manera ha concluido que el concepto histórico debe contener y expresar la singularidad del hecho histórico, al modo que se logra elaborarlo y la función científica que deberá desempeñar.

---

<sup>95</sup> Timasheff, Nicholas S, *ibidem*, p. 225.

<sup>96</sup> *Ídem*.

<sup>97</sup> *Ibidem*, p. 226.

El término “tipo ideal” no es invento de Weber, lo toma del jurista George Jellinek<sup>98</sup>, quien lo introdujo en su conocida obra “Teoría General del Estado”<sup>99</sup> Weber asume el término pero no su significado original, ya que consideró que el término propio de Jellinek podría ocasionar malos entendidos exponiendo solamente el carácter cognoscitivo del tipo ideal<sup>100</sup>.

El conocimiento mediante tipos ideales traduce intelectualmente los hechos históricos y sociales como “acciones” mas no como “cosas”. La formación del tipo ideal es en primera instancia, un proceso de análisis selectivo, el cual, busca características “específicas”; y en un segundo momento, refleja un proceso de síntesis; alejándose de los conceptos porcentuales y clasificatorios que buscan representar el modo de ser, más que la facultad de hacer. Por ello Weber afirma utópicamente el carácter del tipo ideal, describiendo que:

Su pureza conceptual, es inhallable empíricamente en la realidad, es una utopía que plantea a la labor historiográfica la tarea de comprobar, en cada caso singular, en medida que la realidad se acerca o se aleja de ese cuadro ideal.<sup>101</sup>

Weber especifica la naturaleza de los “tipos ideales”, y de su uso en las ciencias sociales, en relación con el punto de vista epistemológico general. Los conceptos que se emplean en las ciencias sociales no pueden proceder directamente de la realidad sin la intromisión de prejuicios, es decir, para interpretar y explicar una acción, se requiere la construcción de conceptos específicamente diseñados para tal fin y que, como en el caso de los objetivos del análisis de la realidad.

Al plantear las características formales de los “tipos ideales”, Weber trata de explicar lo que se hace en la práctica, sin pretender establecer una nueva forma de método conceptual.

Un tipo ideal se construye mediante la abstracción y la combinación de un número indefinido de elementos, que, independientemente de que se encuentren en la realidad algunas ocasiones se descubren de forma específica.

---

<sup>98</sup> Jurista alemán. Determinó en su obra en “Teoría General del Estado” en 1900, que la investigación del Estado debe realizarse conforme a “tipos”, en González Uribe, Héctor, *Teoría Política*, 14ª. ed., México, Porrúa, 2004, p. 37.

<sup>99</sup> En la cual plantea al tipo ideal desde una perspectiva que los tipos manejados como método de estudio son siempre tipos reales o empíricos. Que se obtienen por abstracción de las notas comunes que ofrece la mayoría de los casos singulares y no actúan como criterio de valor y pretenden comprender el *ser-así* dentro de la realidad. En González Uribe, Héctor, *ibidem*, p. 41.

<sup>100</sup> “Ideal” denota exclusivamente lo conceptual, lo lógico, no algo ejemplar en el sentido de bien y deber ser. Alude a la perfección lógica del concepto, no a la axiología del actuar. En Llano, Rafael. *La Sociología Comprensiva como Teoría de la Cultura. Un análisis de las categorías fundamentales del pensamiento de Max Weber*. Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 1992, p. 127.

<sup>101</sup> Llano, Rafael, *ibidem*, p. 130.

Weber empezó su tratado final definiendo a la sociología como una «ciencia que intenta la comprensión interpretativa de la acción social para llegar por ese medio a una explicación causal de su curso y efectos».<sup>102</sup>

La creación de los tipos ideales no se forma a partir de una serie de reflexiones puramente conceptuales, “sino que se crea, modifica y se precisa por medio del análisis empírico de problemas concretos al mismo tiempo que aumenta la precisión del análisis”.<sup>103</sup> Sostiene Weber que la función de la Sociología es la interpretación de la acción, comprendiendo a los individuos, tratando de atender el sentido subjetivo, enfocándose en los fenómenos subjetivamente comprensibles.

Por lo tanto, los tipos ideales son diferentes de los conceptos descriptivos, ya sea por su finalidad, como por su uso; es decir, los tipos descriptivos desempeñan una función importante y necesaria dentro de las ciencias sociales, se limitan a describir los rasgos comunes de agrupaciones de fenómenos empíricos, siendo que el “tipo ideal” incluye la acentuación unilateral de uno o más puntos de vista, y el tipo descriptivo implica, la síntesis debido a la abstracción de lo que es común a varios fenómenos abstractos. Cualquier concepto descriptivo puede transformarse en tipo ideal por medio de la abstracción

A manera de conclusión podemos decir que hay varias clases de tipos ideales que, sin ser simples conceptos descriptivos, tienen un carácter genérico.

La transición de los tipos descriptivos a los ideales ocurre cuando pasamos de la clasificación descriptiva de fenómenos a su análisis explicativo o teórico. Es decir, el construir estos "tipos" generalmente es una de las tareas básicas de la ciencia sociológica para posibilitar y así asignarlos a eventos individuales o emplearlos en el análisis causal. Es por ello que el tipo ideal construido por el científico, es considerado como ayuda analítica, que sirve para entender mejor las intenciones subyacentes a un fenómeno.

A Max Weber se le considera justificadamente uno de los mayores sociólogos del siglo XX por [...] su obra proporciona ejemplos magníficos del tipo de estudio laborioso sobre situaciones y procesos sociales concretos que deben constituir la base de toda teoría sociológica adecuada. [...] Contribuyo a aclarar el importante papel de los valores en la vida social, al mismo tiempo que subrayaba la necesidad de mantener a la ciencia social libre de valores. Demostró que puede conseguirse mucho empleando el procedimiento del tipo ideal en la acción social. Finalmente: contribuyó enormemente a la comprensión de la causación social y de su inseparabilidad del problema de la significación en los asuntos humanos.<sup>104</sup>

Así se trasciende de la realidad, adquiriendo una pauta que sirva para catalogar fenómenos reales con desviaciones, formas mixtas o deformaciones de conceptos ideales. Tal tipificación permite además llegar al mismo grado de abstracción individual que tienen las ciencias de la naturaleza. Con ello, cree Weber haber dado

---

<sup>102</sup> Timasheff, Nicholas S, *ibidem*, p. 231.

<sup>103</sup> Giddens, Anthony, *El Capitalismo y la Moderna Teoría Social*, Barcelona, Labor, 1994, p. 238.

<sup>104</sup> Timasheff, Nicholas S, *ibidem*, p. 233.

el paso decisivo a una verdadera ciencia de lo social, más allá de la comprensión hermenéutica de lo singular. El tipo ideal es concebido por Weber de acuerdo a su idea de lo racional

El caso más discutido de estos tipos ideales es el de la "burocracia".<sup>105</sup> Weber no pretende "describir la realidad" de los sistemas existentes, sino "clarificar" con ese concepto el papel de la racionalidad en el control burocrático. La "burocracia"<sup>106</sup> es vista como el más puro tipo de ejercicio de una autoridad legal.

### 1.5.2 Talcott Parsons

Como ya lo hemos mencionado con anterioridad en este capítulo, Max Weber nos lleva a través de la hermenéutica<sup>107</sup> por los diversos *Tipos Ideales* que son representados en la vida actual, donde los actores mismos son quienes reproducen acciones con predominio de lo que miran en la televisión. Pero para Talcott Parsons<sup>108</sup>, la acción tiene una estructura, en la cual tiene elementos principales al actor,, una situación y la orientación del actor hacia la situación.

El foco de su teoría es la orientación del actor [...]. Pueden distinguirse dos componentes orientadores: la orientación por *motivos* y la orientación por *valores*. La orientación por motivos, que proporciona la energía que ha de emplearse en la acción, es triple: 1) *cognoscitiva*, correspondiente a lo que el actor percibe en la situación, en relación con un sistema de necesidades-disposiciones (lo cual, quizás, en el pensamiento de Parsons coincide con las actitudes); 2) *catéctica*, que implica un proceso mediante el cual el actor confiere a un objeto un

---

<sup>105</sup> Weber percibía la burocracia como el ejemplo más clásico de racionalización. En Ritzer, George, *ibidem*, p. 37.

<sup>106</sup> Weber determina la función de este concepto en las sociedades modernas, dando respuesta a las necesidades que presenta la sociedad actual como una forma de control en los grandes grupos, mediante leyes u ordenamientos administrativos, constituyendo una autoridad que cumple sus funciones como autoridad burocrática. En Weber, Max, *¿Qué es la burocracia?*, México, Coyoacán, 2011, p. 2.

<sup>107</sup> La hermenéutica del griego *jermeneueien* que significa interpretar, declarar, anunciar, esclarecer y, por último, traducir. En línea, internet 22 de agosto de 2011, disponible: [www.wikipedia.org/wiki/Hermenéutica](http://www.wikipedia.org/wiki/Hermenéutica)

<sup>108</sup> Nació el 13 de diciembre de 1902 y murió el 8 de mayo de 1979. Fue un sociólogo estadounidense. Cursó estudios en el Amherst College, la London School of Economics y la Universidad de Heidelberg (Alemania). Dio clases de sociología en la Universidad Harvard de 1927 hasta 1974 como director del Departamento de sociología de dicha universidad (1944). Más tarde fue nombrado presidente del nuevo Departamento de Relaciones Sociales 1946 y posteriormente presidente de la American Sociological Association en 1949.

Es uno de los mayores exponentes del funcionalismo estructuralista en sociología. Dicha teoría social sostiene que las sociedades tienden hacia la autorregulación, así como a la interconexión de sus diversos elementos (valores, metas, funciones, etc.). la autosuficiencia de una sociedad están determinadas por necesidades básicas, entre las que se incluían la preservación del orden social, el abastecimiento de bienes y servicios, la educación como socialización y la protección de la infancia.

Entre sus libros destacan: *La estructura de la acción social* (1937), y *El sistema social* (1951). Si bien ha sido considerado como uno de los sociólogos más eminentes del siglo XX, ha sido criticado por no prestar suficiente atención al cambio social y a los conflictos asociados a él. En línea, internet 26 de septiembre de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Talcott\\_Parsons](http://es.wikipedia.org/wiki/Talcott_Parsons)

sentido afectivo o emocional; 3) *evolutiva*, por medio del cual el actor dirige su energía a varios intereses entre los que debe elegir. La orientación señala a la observancia de ciertas normas o principios sociales, en contradicción con “necesidades”, centrales en la orientación por motivos. También hay tres modos de orientación por valores: cognoscitivo, estimativo y moral.

Este esquema sirve de fondo a la construcción de tres sistemas analíticos: el *sistema social*, el *sistema de personalidad* y el *sistema cultural*. Parsons subraya que, aunque los tres modos son abstracciones de la cultura social concreta, los referentes empíricos de los tres tipos de abstracción no están en el mismo plano.<sup>109</sup>

El sentido que Parsons da a la Acción, es a partir de la formación de sistemas, como lo mencionamos en la cita anterior. Estos sistemas son motivados por diversos factores que se encuentran presentes en el contexto del actor.

Los individuos “son movidos por la tendencia a la satisfacción óptima” de necesidades que, como se ha advertido más arriba, dominan la *orientación por motivos*. Además, la relación de los individuos con sus situaciones sociales se define de acuerdo con normas culturales específicas. Probablemente la palabra “relación” se refiere a lo que en otros lugares se llama “orientación”, caso en el cual esta parte de la proposición de Parsons apunta al otro componente fundamental de la orientación del actor hacia la situación, la orientación por valores. En este lugar, la palabra “valor” no aparece expresamente en el análisis; pero puede suponerse que las normas implican valores. Esas normas son culturalmente estructuradas y compartidas. Este aspecto del sistema social puede servir como una especie de puente entre los sistemas social y cultural [...].

El sistema social en el sentido expuesto en el párrafo anterior y el sistema social como pluralidad de individuos que reobran entre sí, son dos cosas diferentes. Muchas pluralidades de individuos interactuantes no poseen las características comprendidas en el primero y más complicado enunciado [...]. Todo caso de interacción humana puede considerarse como un sistema social de acuerdo con la definición más sencilla de Parsons.<sup>110</sup>

Tomando en cuenta la relación que hace Talcott Parsons, respecto de la acción que cometen los actores, estos actos están fundamentados en valores, que determina la misma sociedad como cultura, con el fin de mantener un orden y generar un progreso.

Parsons considera la cultura como “por una parte el producto de, y por otra parte el determinante de, sistemas de interacción social humana”. De acuerdo con el punto de vista antropológico convencional, sostiene que la cultura es transmitida, aprendida y compartida.

---

<sup>109</sup> Timasheff, Nicholas S. *ibidem*, p. 304.

<sup>110</sup> *ibidem*, p. 305.

Según sus tres modos de orientación por motivos, Parsons distingue tres clases fundamentales de normas de cultura: 1) sistemas de ideas o creencias, caracterizados por la primacía de los intereses cognoscitivos; 2) sistemas de símbolos expresivos, tales como las formas artísticas, caracterizados por la primacía de los intereses catécticos (adhesión a objetos o rechazo de ellos); y 3), sistemas de orientación por valores, o “normas unificadoras”. Las normas de cultura tienden convertirse en sistema de base de la congruencia lógica de los sistemas de creencias, de la armonía estilística de las formas artísticas, o de la compatibilidad racional de un cuerpo de reglas morales. No persigue Parsons el análisis de los sistemas culturales, y parece considerarlo tarea propia de la antropología cultural. Le interesan primordialmente los sistemas culturales en cuanto afectan a los sistemas sociales y a la personalidad.<sup>111</sup>

Justamente nuestras actividades de la vida común, llevan una carga de valores que nuestra cultura a determinado, los cuales se van transformando según las necesidades que el actor social requiera, formando así al funcionamiento de las estructuras de la acción (supone un actor, una situación y la orientación del actor hacia la situación).

El tema central de la teoría sociológica de Parsons es “el funcionamiento de estructuras”. El análisis estructural-funcional requiere un tratamiento sistemático de las posiciones y de los papeles de los actores en una situación social, así como de las normas institucionales implicadas. La *posición* se refiere al lugar del actor en un sistema de relaciones sociales considerado como una estructura; el *papel*, que en todo caso concreto es inseparable de la posición y representa el aspecto dinámico de ésta (de ahí el concepto posición-papel), se refiere a la conducta del actor en sus relaciones con los otros, cuando se la considera en el contexto de su importancia funcional para el sistema social. Las normas institucionales se consideran como expectativas normadas (o “estructuradas”) que definen culturalmente la conducta apropiada de personas que representan diversos papeles sociales.<sup>112</sup>

Para el caso de nuestra investigación, la influencia que ejercen ciertos programas de televisión, están relacionados con las normas que establece la sociedad, donde el marco jurídico determinan un orden, y donde la cultura cumple con un factor muy importante, representar a la sociedad.

En nuestro mundo actual, que está inmerso en un mar lleno de diversidad, la sociedad misma no se encuentra preparada para enfrentar ciertos comportamientos que en ella se engendran, mismos que son catalogados como minorías, y estas a su vez no son respetadas o entendidas, ya que dentro de la cultura o sociedad donde se desenvuelven, son tachadas, marginadas, como si se tratase de un fenómeno desconocido e incapaz de soportar por el hombre. Ya que

---

<sup>111</sup>Timasheff, Nicholas S., *ibidem*, pp. 305-306.

<sup>112</sup>*ibidem*, p. 306.

los actores deben cumplir con normas culturales que la sociedad misma ha impuesto por generaciones.

Es por esto que, en muchos de los programas televisivos, representan ciertos tipos que asemejan a la realidad, convirtiendo a estos personajes en ídolos o en alguien a quien deben imitar, así es como lo determina Umberto Eco en su obra *Apocalípticos e Integrados*.<sup>113</sup>

Recurrir al “lugar literario” es una experiencia posible hasta la persona no excesivamente culta: si el definir una situación como “kafkiana” puede revelar quizá cierta sensibilidad especialmente formada e informada, el afirmar de una situación dulzarrona y lacrimosa que “todo esto parece las Dos Huerfanitas” constituye un recurso al alcance del lector vulgar, apenas dotado de sentido crítico. La referencia al “lugar” o al personaje literario aparece en la conversación corriente, la mayoría de las veces un poco a la ligera, pero otras como una referencia feliz y exacta (y, en estos casos, con un subrayado casi epigráfico, con una cuota de penetración y de sabor que permite obtener, recurriendo al “lugar”, una agudeza de juicio imposible de alcanzar por medio de cualquier otra expresión más compleja). Recurrir al “lugar” literario significa alcanzar, por medio de la memoria, el repertorio del arte, para extraer de él figuras y situaciones, introduciéndolo en el contexto de un discurso crítico, peyorativo, emotivo.<sup>114</sup>

Desafortunadamente, nuestra sociedad en su mayoría posee un gran interés por mantener una vida sedentaria, a la que entre más le propicie comodidad, más fácil será de entretener y vender. Es por ello como lo marca Eco, que una persona que fomenta su crítica y la retroalimenta podrá comprender como si se tratase de un individuo externo al entorno que pertenece, la influencia que ejercen –en este caso- los medios de comunicación de masas, siendo que en los programas se presentan estándares de tipos ideales a seguir.

El tipo que se forma como resultado de la acción narrada o representada es, que queda en la memoria. Puede ser considerado como típico un personaje que, por el carácter orgánico de la narración que lo produce, adquiere una fisonomía completa, no sólo exterior, sino también intelectual y moral.<sup>115</sup>

Es por esto, que la educación debe ser primordial para el desarrollo del individuo y la masa. Ya que esto generaría una programación con contenidos de calidad, que den beneficio a la sociedad

Partiendo de la premisa de que la televisión es uno de los fenómenos básicos de nuestra civilización (y que por tanto es preciso no sólo

---

<sup>113</sup> Eco, Umberto, *Apocalípticos e Integrados*, trad. de Andrés Bolgar, México, Tusquets, 2006, p. 190.

<sup>114</sup> *Ibidem*, p. 191.

<sup>115</sup> Eco, Umberto, *ibidem*, 119, p. 200.

alentarla en sus tendencias más validas, sino también estudiarla en sus manifestaciones).<sup>116</sup>

Es justo esta la manera en como planteamos los elementos teóricos para fundamentar nuestro interés en hacer una reflexión que comprenda a la televisión no sólo como aquel medios que comunica, produce y transmite mensajes con poca o una nula retroalimentación, sino que, como lo mencionábamos al inicio de este capítulo “el concepto de aparato ideológico de Estado, funciona con las formas de pensamiento ideología [...]”.<sup>117</sup>

Además del propósito de nuestra investigación que se fundamenta en el análisis y que comprende la construcción de una televisión con contenidos de calidad para que esta sea tratada como una herramienta útil para los estudiantes y no como un objeto más en nuestro hogar.

---

<sup>116</sup> Eco, Umberto, *ibidem*, p. 307.

<sup>117</sup> Althusser, Louis, *ibidem*, p. 47.

## CAPÍTULO SEGUNDO

### ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y MARCO JURÍDICO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

*“Condenar a la televisión  
sería tan ridículo como  
excomulgar la electricidad o  
la teoría de la gravedad”.*  
Federico Fellini

*“Encuentro la televisión muy educativa:  
cada vez que la enciendo,  
me retiro a otra habitación  
y leo un libro”.*  
Groucho Marx

La televisión se hace presente en la mayoría de los lugares en que nos encontremos, una razón más por la cual surge nuestro interés en estudiar la omnipresencia como la consideran algunos autores. Conocer los objetivos que se le atribuyeron a este aparato al comienzo de su difusión en la sociedad, luego a formar parte de la estructura en los hogares, sin dejar de ser un invento novedoso junto con el avance tecnológico, se ha dispuesto a competir con las recientes tecnologías en comunicación, manteniéndose como uno de los objetos indispensables que toda casa debe tener.

Tomando en cuenta esta última afirmación, en este segundo capítulo, conoceremos los inicios de la televisión en el mundo y cómo a través del tiempo éste ha sufrido diversas facetas, como el paso de la transmisión de imágenes de blanco y negro a las de color y ahora en la transmisión de mayor definición en las imágenes, sin perder de vista que la industria televisiva requiere de grandes capitales debido a la tecnología que necesitan cada vez de más sofisticada.

Es de esta manera en como también, reflexionamos sobre la función social que demuestra la televisión, donde sus contenidos son manipulados para alcanzar índices de consumo, convirtiendo a estas empresas en emporios poderosos capaces de manipular a la sociedad con sus contenidos, mismos que están regulados por un marco jurídico. En el caso de nuestro país, la televisión mexicana, desafortunadamente se vuelve menos sensible, utiliza la vulnerabilidad de los seres humanos para aprovecharse y seguir manteniendo sus fines e intereses económicos.

#### 2.1 Origen de la televisión

La televisión, considero fue uno de los mejores inventos logrados en el siglo pasado, a pesar de tener indicios de su creación en el siglo XIX. Hoy en día, ha logrado posicionarse en todos los lugares donde, se desarrolla y convive el ser humano.

En nuestro mundo moderno, la televisión forma parte de nuestra vida diaria, convirtiéndose, no sólo en un medio de comunicación, sino en un medio de

información, de entretenimiento, de consumo e incluso, en un medio de socialización. Ya que gracias a la tecnología<sup>118</sup>, los televidentes tienen la capacidad de interactuar con otras personas, a través de la televisión, a pesar de factores como la distancia, condiciones de clima y la hora.

El impacto de las llamadas tecnologías de la información y comunicación (TIC's) en los denominados medios de comunicación de masas ha transformado profundamente no sólo su capacidad, velocidad de difusión y acceso a los contenidos, así como a su presentación; sino que también, ha cambiado su uso, percepción y efectos sociales sobre las audiencias.<sup>119</sup>

Tal y como lo cita Giovanni Sartori:

Ya no tenemos a un hombre que reina gracias a la tecnología inventada por él, sino más bien un hombre sometido a la tecnología, dominado por sus máquinas. El inventor ha sido aplastado por sus inventos.<sup>120</sup>

En efecto la televisión misma ha ido evolucionando al mismo ritmo acelerado que lleva la tecnología, convirtiendo a los televidentes en personajes que, al querer ser parte de esa evolución tecnológica, componen su sentido de tener una televisión en un sentido de necesidad y así formar parte de este desarrollo.

La televisión en este inicio del siglo XXI, dista mucho de ser la televisión generalista con efectos homogenizadores sobre las audiencias que alarmaba a algunos teóricos en los años cincuenta y sesenta del pasado siglo. En primer lugar, porque como han venido a demostrar muchas de las investigaciones sociológicas sobre los efectos de los media, sus contenidos no actúan sobre los espectadores como si éstos fuesen una página en blanco, sino que éstos utilizan diferentes modos de filtrar y seleccionar en ellos la información que creen relevante para sus vidas. En segundo lugar, y en ello hacen hincapié los resultados de nuestro trabajo, porque nos encontramos ante unos medios que se

---

<sup>118</sup>Es el conjunto de conocimientos técnicos, ordenados científicamente, que permiten diseñar y crear bienes y servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente y satisfacer tanto las necesidades esenciales como los deseos de las personas. Es una palabra de origen griego [...], formada por *téchné* (arte, técnica u oficio, que puede ser traducido como destreza) y *logía* (el estudio de algo). Aunque hay muchas tecnologías muy diferentes entre sí, es frecuente usar el término en singular para referirse a una de ellas o al conjunto de todas. Cuando se escribe con mayúscula, Tecnología, puede referirse tanto a la disciplina teórica que estudia los saberes comunes a todas la tecnologías como a educación tecnológica. En línea, internet 28 de septiembre de 2011, disponible: <http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa>

<sup>119</sup>Ballesta, Javier, *et al.*, *El consumo de medios en los adolescentes de secundaria*, Editorial CCS, Madrid, 2003, p. 88.

<sup>120</sup>Sartori, Giovanni, *ibidem*, p. 135.

presentan diferentes y son utilizados también de forma diferente a como lo eran a mediados de los setenta del siglo XX.<sup>121</sup>

El contexto de los programas de la televisión se ha ido cambiando debido a las necesidades y a la constancia en que la sociedad misma se va desarrollando. Como lo señalábamos al inicio de este capítulo, la televisión misma ha optado varios valores, que en cualquier casa de nuestra ciudad existe la presencia de ésta.

Ahora en una sociedad globalizada pero más segmentada que la que le precedió, también los medios se nos presentan de ese modo. No estamos ante un modelo de televisión generalista que pretende hacer cultura de masas, estamos ante una televisión que cada vez quiere ser más una televisión a la carta, un medio como diría Wolton, ha renunciado a conquistar a todo el público, “el gran público”, y se refugia en un público especializado sea en canales deportivos, de cine o cualquier otro tipo [...].<sup>122</sup>

Tomando en cuenta el título de este punto, lo abordaremos de la manera más sencilla para que así tengamos en cuenta y conozcamos un poco acerca del inicio de la televisión.

La televisión nace a partir de la conjunción de una serie de fenómenos e investigaciones simultáneas pero desarrolladas aisladamente. El original descubrimiento de la “foto telegrafía” a mediados del siglo XIX (la palabra Televisión no sería usada sino hasta 1900), desde sus avances y desarrollo a varios investigadores que experimentaron con la transmisión de imágenes vía ondas electromagnéticas.

De todos lo que contribuyeron con sus estudios de foto telegrafía, sin duda los más importantes son el ingeniero alemán Paul Nipkow, quien, en 1884 patenta su disco de exploración lumínica,<sup>123</sup> más conocido como Disco de Nipkow; John Logie Baird, escocés quien en 1923 desarrolla y perfecciona el disco de Nipkow a base de células de selenio. A los norteamericanos Ives y Jenkins, quienes se basaron en Nipkow; y al ruso inmigrante a USA., Vladimir Sworykin<sup>124</sup>, gestor del tubo iconoscopio.

---

<sup>121</sup> Ballesta, Javier, *et al.*, *ibidem*, p. 89.

<sup>122</sup> *Ibidem*, p. 89.

<sup>123</sup> Este disco reflejó a la televisión mecánica, el primer modelo en funcionar, basándose en el escaneo de una imagen que era explorada mecánicamente por un haz luminoso que repercute en una celda fotoeléctrica produciendo una corriente eléctrica variable. Este modelo tuvo su gran defensor el inglés John Baird.

<sup>124</sup> Científico ruso-norteamericano, inventor del Inoscopio (un aparato capaz de “traducir” imágenes en señales electrónicas), dando origen a la televisión electrónica. Trabajo en la compañía estadounidense *Radio Corporation of America (RCA)* a finales de los años 20. Así en 1931 la *RCA* colocó una antena emisora en la terraza del *Empire State Building*, el edificio más alto de Nueva York, y comenzó con sus transmisiones experimentales.

Las primeras transmisiones experimentales nacieron a la vida en USA. Fue en Julio de 1928 cuando desde la estación experimental W3XK de Washington, Jenkins comenzó a transmitir imágenes exploradas principalmente de películas con cierta regularidad y con una definición de 48 líneas.

En el año 1929, la BBC (*British Broadcast Co.*) de Londres manifiesta cierto interés en las investigaciones de Logie Baird luego de que este en 1928 había logrado transmitir imágenes desde Londres hasta New York, además de mostrar también la TV en color, la TV exterior con luz natural y la TV en estéreo, todo ello, desde luego, en forma muy primitiva.

Sin embargo, en 1929 la BBC aseguró un servicio regular de transmisión de imágenes con cierto desgano, debido a que no veía en el nuevo invento alguna posibilidad práctica. Pese a ello, las transmisiones oficiales se iniciaron el 30 de septiembre de 1929.

La definición del equipo era de 30 líneas, empleando un canal normal de radio difusión. La totalidad del canal estaba ocupada por la señal de video, por lo que la primera transmisión simultánea de audio y video no tuvo lugar sino hasta el 31 de Diciembre de 1930. Hacia fines de 1932, ya se habían vendido más de 10,000 receptores.

Desde los años 50, la televisión se ha convertido en el medio de comunicación por excelencia. Evidentemente, su historia se remonta varias décadas atrás, pero la auténtica revolución, en sus días, no es comparable, con ningún otro.

La televisión arranca, en sentido estricto, de los descubrimientos técnicos más elementales que hicieron posible la transmisión a distancia de la imagen en movimiento. Globalmente, como sucedería con la radio, debe distinguirse entre los procedimientos técnicos que permitieron enviar las primeras imágenes o sonidos de una emisora a un receptor y el momento en que esa misma señal llegó a ser captada por un número elevado de preceptores y convirtió el simple medio de comunicación en fenómeno social.

Los comienzos remotos de la era de la televisión parten del descubrimiento del selenio, un metaloide imprescindible en la composición del nuevo invento. Para cuando Berzelius lo descubrió, en 1817, nadie pensaba tan semejante utilidad. Igual sucedería veintidós años más tarde, en 1839, con la demostración –a cargo de Becquerel– de los efectos electromagnéticos de la luz. En el terreno de la transmisión de imágenes a distancia, los precedentes científicos más lejanos en el tiempo fueron la transmisión telegráfica de imágenes, llevada a cabo por Bain en Inglaterra, en 1843, y por Giovanni Caselli en Francia, 1863, quien con el pantelegrafo de su invención consiguió enviar mensajes autógrafos y dibujos de París a Marsella. A partir de aquel momento las “innovaciones” televisas proliferaron. Entre las más curiosas podría citarse el proyecto estadounidense Carey, en 1875, tratando de transmitir imágenes desde un emisor formado por 2,500 células de selenio hasta una pantalla formada por otras tantas bombillas, unidas una a una a su célula respectiva por medio de los correspondientes 2,500 cables.

Los avances en la investigación de tres ámbitos científicos diferentes hicieron posible convertir la televisión en una realidad independiente: el primero, la fotoelectricidad, o capacidad de algunos cuerpos para transportar la energía luminosa; el segundo, los procesos de análisis capaces de descomponer una fotografía en líneas y puntos claros y oscuros, y restituirla después a su forma original; el tercero, los adelantos en la manipulación de los haces de electrones, que harían posible repetir este proceso de descomposición y restitución de imágenes veinticinco veces por segundo.

El británico John Logie Baird optó por la primera vía. En 1926 consiguió los primeros resultados experimentales de cierta entidad, al transmitir 12.5 imágenes por segundo con una definición de 30 líneas. Su sistema fue perfeccionándose, y en 1928 Baird hizo realidad el primer envío de imágenes de televisión a través del Atlántico, de Londres a Nueva York.

John Baird tuvo el honor de poner en marcha la primera emisión regular de televisión, el 10 de septiembre de 1929, en los estudios de la BBC de Londres, cuatro años más tarde, Berlín y Londres ofrecerían de cuatro a seis espacios por semana.

La televisión no nació como respuesta a ninguna necesidad inmediata e ineludible. Incluso podría decirse que, en este caso particular, invento y necesidad vieron la luz simultáneamente. Cuando el hombre se propuso transmitir imágenes a distancia, por cable o sin hilos, no pensaba en una recepción masiva e indiscriminada, sino en un servicio público que permitiera solo la comprobación de documentos, el envío de planos e imágenes necesarias para trabajos técnicos o para la simplificación de trámites burocráticos.

Pero una vez creado el soporte técnico necesario para la transmisión de imágenes n movimiento, algunos científicos “inspirados” comprendieron que la televisión podía repetir el éxito de la radio años antes. A mediados de la década sobre la base del precedente inmediato de la radio, el nuevo medio lograría vitar algunos posibles errores de partida. Si la televisión hubiera nacido antes de la Primera Guerra Mundial, en plena etapa liberal, su estatus jurídico hubiera sido seguramente similar al de la prensa, con la libertad de creación de emisoras y formatos. Para gran crisis de 1929 y el nacimiento de los regímenes totalitarios que amenazaban con ahogar los sistemas liberales hicieron que los gobiernos de mayor parte de los países en los que dio sus “primeros pasos” el nuevo medio de comunicación decidieran reservárselo para su uso exclusivo. La televisión renacería durante los años 1950-1960, convirtiéndose en el mayor medio de presión y de propaganda que ha conocido el mundo hasta el momento.<sup>125</sup>

Como podemos apreciar en la cita anterior, la televisión no es un invento del siglo XX, sino que sus inicios sucedieron de manera separada en el siglo XIX,

---

<sup>125</sup>Origen de la televisión. En línea, internet 8 de agosto de 2011, disponible: <http://re-transmision.blogspot.com/2006/04/origen-de-la-televisin.html>

y es hasta que el inglés John Logie Baird logra fusionar las imágenes con el sonido y transmitir las de manera simultánea a otra ciudad, haciendo de este invento, el inicio de la nueva era en los medios de comunicación de masas.

Justo como lo menciona Pierre Albert y Andre-Jean Tudesq en su obra,<sup>126</sup> la televisión al igual que la radio, como medios de comunicación, se enfrentan a una sociedad carente de crítica, donde estos aparatos en sí son solo una parte del modelo de negocio, la publicidad que éstos pueden transmitir supone un incentivo más para invertir en la producción de infraestructuras.

## 2.2 Televisión en México

Este gran invento, ha permitido que en los hogares mexicanos, exista un núcleo común, la interacción desde el televidente con el espectador. Tal es el caso que desde su aparición en México, -al igual que en Estados Unidos de América-, a partir de su llegada, pocos eran los ejemplares y con la demanda de ser un invento de novedad, poco a poco fue cobrando terreno en los hogares mexicanos, a pesar de su costo, la televisión fue señalada como el medio que hace presencia cada vez más con el transcurso del tiempo.

A mayor abundamiento el gobierno federal, publicó un boletín informativo<sup>127</sup> acerca de la historia de la televisión en México.

[En] nuestro país, los primeros experimentos [de la televisión] se realizaron entre 1928 y 1930, a cargo de los ingenieros Francisco Javier Stavoli<sup>128</sup> y Guillermo González Camarena<sup>129</sup>.

A través de apoyos gubernamentales y personales, el ingeniero González Camarena llevó a cabo transmisiones experimentales desde el año de 1935. Los primeros resultados se concretaron el 7 de septiembre de 1946 cuando se instaló, como estación experimental, la frecuencia XHGC, ubicada en su domicilio particular en la ciudad de México, para transmitir a los estudios de las estaciones de radio XEW y XEQ.

Al mismo tiempo instaló algunos circuitos cerrados de televisión en las tiendas más importantes de la capital, como la “Cadena de Oro”, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta<sup>130</sup>.

---

<sup>126</sup> Albert Pierre, Tudesq, Andre-Jean, *Historia de la radio y televisión*, trad. Diana Irene Galak Cuchacovick, 2ª ed., México, Fondo de Cultura Económica, 2001, p. 24.

<sup>127</sup> “La televisión en México”, en *Boletín Informativo. De la Dirección General del Archivo Histórico y Memoria Legislativa*, Año V, No. 35, Enero-Febrero 2005. En línea, internet 10 de agosto de 2011, disponible: <http://www.cinelatinoamericano.cult.cu/assets/docs/Historia%20de%20la%20Televisión%20Mexicana.pdf>

<sup>128</sup> Ingeniero y pionero de la televisión, realizó la primera transmisión de imágenes a distancia, Fue el maestro de Guillermo González Camarena, a quien se le considera el padre de la Televisión en México. Por Mejía Barquera, Fernando, *¿Quién es el “padre” de la Televisión Mexicana?* En línea, internet 11 de agosto de 2011, disponible: <http://www.vidео.com.ar/mexicovs.php>

<sup>129</sup> Inventor de la televisión a color y uno de los pioneros de la Televisión en México, medio al cual se refería ya en el siglo XIX. Por Mejía Barquera, Fernando, *¿Quién es el “padre” de la Televisión Mexicana?* En línea, internet 11 de agosto de 2011, disponible: <http://www.vidео.com.ar/mexicovs.php>

Un año después, el presidente Miguel Alemán<sup>131</sup> comisionó a González Camarena y al escritor Salvador Novo<sup>132</sup>, para que investigaran, tanto desde el aspecto técnico como del administrativo y financiero, cuál de los dos sistemas de televisión predominantes en el mundo sería el más adecuado para aplicarlo en el país. El norteamericano operaba de manera comercial con capital privado, mientras que el británico se regía mediante un monopolio estatal.

A partir de 1949 en nuestro país se inició el otorgamiento de concesiones a particulares para operar comercialmente. Al propietario del diario Novedades, Rómulo O´Farrill<sup>133</sup>, se le asignó el canal 4 XHTV. A través de esta frecuencia se dio inicio oficial a las transmisiones de televisión por microondas, con el IV informe de Gobierno del presidente Miguel Alemán. De igual manera, el canal 2 XEW, concesionado en 1951 a la empresa Televimex, S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, transmitió a control remoto y como programa inicial, un encuentro de beisbol, desde el Parque Delta. El

---

<sup>130</sup>Empresario mexicano, magnate de las telecomunicaciones. En 1930 inauguró en la Ciudad de México su primera emisora de radio, la XEW-AM con la que tuvo un enorme éxito comercial. En 1941 consiguió establecer su primera cadena de emisoras, a la que no tardaría en añadirse otra, como la Cadena Azul. Con la fundación de los Estudios Churubusco se introdujo en la floreciente industria cinematográfica, empresa que no abandonó y que continuó a través de la organización de una cadena de exhibición por todo el país. En 1951 fundó Canal 2 de televisión y abrió un nuevo sector de actividad a su imperio. Tras asociarse a los canales 4 y 5 de televisión en 1955 formó Telesistema Mexicano, gigante de las comunicaciones que a finales de la década de 1960 ya tenía emisoras propias en varias ciudades del continente americano. Un año después de su muerte, la fusión de las empresas Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México dio lugar a la fundación de Televisa. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Emilio\\_Azc%C3%A1rraga\\_Vidaurreta](http://es.wikipedia.org/wiki/Emilio_Azc%C3%A1rraga_Vidaurreta)

<sup>131</sup>Fue un político y abogado mexicano que se desempeñó como el presidente de México de 1952. Su administración se caracterizó por la creación de la Ciudad Universitaria y la industrialización de México. Fue miembro de las academias Mexicana, Española, Colombiana y Nicarangüense de la Lengua y doctor *Honoris Causa* por varias universidades nacionales y extranjeras. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Miguel\\_Alem%C3%A1n\\_Vald%C3%A9s](http://es.wikipedia.org/wiki/Miguel_Alem%C3%A1n_Vald%C3%A9s)

<sup>132</sup> Fue un poeta, ensayista, dramaturgo e historiador mexicano, miembro del grupo “Los Contemporáneos” y de la Academia Mexicana de la Lengua. Su característica principal, como autor, fue su prosa hábil y rápida, así como su picardía al escribir. Se decía de él que era “el homosexual belicosamente reconocido y asumido en épocas de afirmación despiadada del machismo”. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Salvador\\_Novo](http://es.wikipedia.org/wiki/Salvador_Novo)

<sup>133</sup>Empresario de los medios de comunicación, uno de los fundadores de la televisión mexicana. Hijo de Rómulo O´Farril Silva (1897-1981) quien fuera filántropo, empresario del ramo automotriz y gran deportista. En 1949 Rómulo O´Farril Jr. junto a su padre, obtuvieron la concesión de parte del gobierno mexicano para la apertura del canal 4 XHTV, el primer canal de televisión comercial en México. La primera transmisión televisiva fue hecha en julio de 1950 desde el Auditorio de la Lotería Nacional, y consistió en un programa de rifa para los suscriptores del diario Novedades. El primer evento deportivo televisado, una corrida de toros, fue transmitido al siguiente día. El primer informe de gobierno televisado fue el del presidente Miguel Alemán Valdés en septiembre de 1950. La empresa de televisión de los O´Farril evolucionó en Telesistema Mexicano, más tarde Televisa, empresa que Rómulo O´Farril Jr. dirigió y fue más tarde presidente del consejo. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/R%C3%B3mulo\\_O%27Farrill\\_Jr.](http://es.wikipedia.org/wiki/R%C3%B3mulo_O%27Farrill_Jr.)

punto de partida de las transmisiones oficiales fue el VI informe de gobierno del presidente Alemán.

Por su parte, el canal 5 XHGC, autorizado en 1952 en concesión comercial por dos años a la empresa Televisión González Camarena, S.A., inició sus operaciones desde el Teatro Alameda con un festival a las madres, organizado por el periódico Excélsior.

La primera disposición legal fue publicada el 11 de febrero de 1950, en el Diario Oficial de la Federación a través de Decreto que Fija las Normas que Deberán Observar para su Instalación y Funcionamiento las Estaciones Radiodifusoras de Televisión. En él se incluyen las recomendaciones ofrecidas por Camarena para que la base técnica que debía implantarse en el país fuera la norteamericana.

Al mismo tiempo que se expandía el sistema de televisión, en 1955 los concesionarios de los canales 2, 4 y 5 se fusionaron bajo una misma entidad llamada Telesistema Mexicano, S.A. Así, a partir de entonces, todas las transmisiones se realizarían desde el edificio llamado "Televisión", que fue construido inicialmente para las transmisiones de radio.

Esta nueva empresa se integró con un capital de diez mil pesos, distribuido entre 6 accionistas; sólo entre Emilio Azcárraga Vidaurreta, Rómulo O'Farrill y un hijo de cada uno ellos, cubrieron el 90% de las acciones.

A partir de esta fusión la televisión mexicana comenzó una vertiginosa expansión, tanto en el aspecto técnico como en el impacto en la sociedad de un país que, a finales de la década de los cincuenta, presentaba ya rasgos característicos de una sociedad moderna, urbana e industrial.

Este proceso fue asentándose en el país durante el periodo presidencial de Adolfo Ruiz Cortines,<sup>134</sup> que abarcó los años de 1952 a 1958. Aunque en su mandato se llevaron a cabo las huelgas de los maestros, de los médicos y ferrocarriles, que de alguna manera pusieron en crisis durante un corto lapso, el control gubernamental sobre los movimientos populares, el gobierno se fortaleció al crear las organizaciones oficiales para el control de los sectores obrero, campesino y popular. De esta manera fueron eliminados los grupos que se organizaban de manera independiente.

La situación económica también pasó por tiempos difíciles durante este periodo presidencial con motivo de la aplicación de una política económica "basada en alicientes fiscales, expansión del crédito, elevación del proteccionismo y devaluación de la moneda."

En 1954 la moneda se devaluó a 12.50 pesos por dólar. Sin embargo, a partir de 1959 se dio inicio al periodo conocido como "desarrollo estabilizador", o el "milagro mexicano". La clase obrera estaba bien controlada, la clase política fortalecida y unida, por lo que no existía ningún obstáculo para detener el crecimiento económico.

---

<sup>134</sup>Fue un contador, militante revolucionario y político priísta mexicano que se desempeñó como Presidente de los Estados Unidos Mexicanos en el sexenio de 1952 a 1958. En línea, internet 12 de julio de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Adolfo\\_Ruiz\\_Cortines](http://es.wikipedia.org/wiki/Adolfo_Ruiz_Cortines)

Aunque la inversión norteamericana se instaló en el país de manera significativa desde principios de la década de los cuarenta, ésta se incrementó al inicio de los cincuenta: “de 148 millones de dólares, 20% del total se encontraba en la industria manufacturera; para 1960, 602 millones de dólares, 54% del total, correspondían a dicho sector. Las inversiones en el comercio también crecieron, de 70 millones de dólares, en 1950, habían pasado a 196 millones de dólares en 1960.”

Debido a que los industriales norteamericanos llegaron con técnicas que les permitieron de inmediato elevar su productividad, rentabilidad y remuneración, además de los incentivos fiscales otorgados por el gobierno, pronto se colocaron por encima de las empresas nacionales.

Dentro de esta situación económica se establecieron los grandes almacenes Sears Roebuck, ofreciendo productos desconocidos para los habitantes del país. Pero lo más novedoso, “introdujeron la facilidad de pago en el ofrecimiento de tarjetas de crédito, hasta entonces otorgadas de forma cautelosa por las viejas casas de comercio. El sistema ‘compre ahora, pague después’, se fue popularizando en México.”

De la misma manera en que las familias de la clase media mexicana aumentaban su capacidad de endeudamiento, el gobierno mexicano lo hacía ante Estados Unidos. Además, “el financiamiento exterior subió de 31% en 1959, al 47% en 1961.”

Tal situación fue criticada por un sector de intelectuales que cuestionaban dónde había quedado el empeño nacionalista, declarado por el entonces presidente Adolfo López Mateos<sup>135</sup>.

En tanto, las familias mexicanas, en principio las de mayor posibilidad económica, se reunían en torno al aparato de televisión, que empezaba a sustituir de manera acelerada a la radio, sistema establecido en el país desde la década de los años 30. Ante el televisor conocían el rostro de quienes por años sólo habían escuchado su voz, presenciaban el inicio de nuevas figuras del espectáculo nacional, y disfrutaban de programas familiares que se realizaban en el mismo momento en que se difundían.

Pero para 1958 los estudios y experimentos en la televisión obtuvieron un gran logro: el descubrimiento del videotape.

Este sistema revolucionó la producción, pues permitía grabar los programas para luego difundirlos.

Ante los adelantos técnicos del sistema televisivo las disposiciones legales quedaron muy rebasadas, pues se regía por la Ley de Radiocomunicación, enviada por el Ejecutivo el 21 de diciembre de 1925, y por los 13 artículos del Capítulo VI de la Ley de Vías Generales de Comunicación, reformada, en su parte relativa, por Decreto el 30 de diciembre de 1950.

---

<sup>135</sup>Fue un abogado u político mexicano que se desempeñó como el quincuagésimo séptimo Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, ejerciendo como tal durante el sexenio comprendido de los años 1958 a 1964, fecha en la que fue revelado por su amigo y secretario de Gobernación durante su administración. Licenciado Gustavo Díaz Ordaz. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Adolfo\\_L%C3%B3pez\\_Mateos](http://es.wikipedia.org/wiki/Adolfo_L%C3%B3pez_Mateos)

Así fue que, basado en el Proyecto de Ley Federal de Radiodifusión presentado en el 12 de julio de 1954 por el diputado Juan José Osorio Palacios, y debido a que dicha iniciativa debía actualizarse, entre otras cosas, por la necesidad de legislar también sobre la televisión, se presentó el Proyecto de Ley Federal de Radio y Televisión.

Entre otros puntos, la Comisión dictaminadora resaltó la reserva de las concesiones a ciudadanos o sociedades mexicanas, por un periodo de 30 años: “no por un exceso de nacionalismo, sino por considerar que siendo la radiodifusión un vehículo de tanta influencia en el pueblo y en la conformación de la manera de pensar, debían evitarse influencias extrañas que pudieran resultar contrarias y peligrosas, en ciertos momentos, a los altos intereses patrios.”

El dictamen establecía que la libertad de expresión seguiría siendo un derecho fundamental de los mexicanos, no obstante, en cuanto a los programas y la publicidad especificaba que el Estado dictaría normas para garantizar que lo transmitido: “no atente o dañe a su salud, a la cultura, a las buenas costumbres y a los derechos del individuo y de la colectividad; y al propio tiempo, la paz y la tranquilidad pública.”

Se hizo un especial énfasis para que quienes laboraran como locutores, se les exigieran requisitos esenciales, debido a la influencia que ejercían sobre el público.

De entonces a la fecha los avances tecnológicos en materia de comunicación y el impacto en la sociedad han rebasado, una vez más, las disposiciones legislativas en la materia.

Muy lejos de la época actual está aquel asombro social por presenciar ante el aparato televisor, a control remoto, en vivo y en directo y todavía por el sistema de microondas, el lanzamiento de la Nave Espacial Mercury IX, con el cosmonauta Gordon Cooper a bordo; o las escenas del funeral del presidente norteamericano, John F. Kennedy y la coronación del Papa Paulo VI. Sucesos ocurridos en el año de 1963.

La vertiginosa carrera en materia de comunicaciones que se vive hoy día, ha traído consigo una larga serie de acontecimientos en cadena.

Del *videotape* se pasó a la transmisión por satélite, en un principio mediante un pago a la empresa propietaria del satélite Early Bird, y años después, a través de la ubicación en el espacio por el transbordador Discovery, de la NASA<sup>136</sup>, de los satélites nacionales Morelos I y II, instalados en el año de 1985, durante el sexenio del presidente Miguel de la Madrid Hurtado<sup>137</sup>. Éstos fueron sustituidos por los satélites Solidaridad I y II, en 1993, con una vida útil de 17 años. Deberán sustituirse en el año 2010.

---

<sup>136</sup> National Aeronautics and Space administration

<sup>137</sup> Fue Presidente de México del 1 de diciembre de 1982 al 30 de noviembre de 1988. Durante su presidencia ocurrió el terremoto de 1985 en la Ciudad de México, la entrada de México al GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) y la polémica secesión presidencial que le dio triunfo a Carlos Salinas. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Miguel\\_de\\_la\\_Madrid\\_Hurtado](http://es.wikipedia.org/wiki/Miguel_de_la_Madrid_Hurtado)

Este nuevo método trajo consigo la expansión de un sistema de transmisión, que había sido implementado por cadenas norteamericanas desde 1947, en poblaciones fronterizas de los estados de Tamaulipas y Sonora, para los ciudadanos norteamericanos radicados en esos lugares: el Sistema de Distribución Multicanal-ultipunto, conocido como televisión por cable.<sup>138</sup>

En 1989 se otorgó la primera concesión de este sistema por suscripción a Joaquín Vargas Gómez de la empresa MULTIVISIÓN. A partir de ésta han surgido varias más, que en la actualidad cubren el total del territorio mexicano.

Asimismo, nuevos canales aparecieron en el sistema televisivo. Los canales 2, 4, 5 y 9 pertenecen al consorcio

Televisión Vía Satélite, S.A., TELEVISA<sup>139</sup>. Desde 1959 el Canal 11 se otorgó en permiso al Instituto Politécnico Nacional.

En 1972, después de operar durante 4 años como empresa privada, el Canal 13 pasó a ser propiedad del estado, once años después, en 1993, se concesionó al empresario Ricardo Salinas Pliego<sup>140</sup>, junto con el canal 7, que a su vez había salido al aire, como canal permissionado, el 18 de mayo de 1985. Ambos integran la empresa Televisión Azteca.

En 1993 sale al aire el Canal 22, primero con alcance para el Distrito Federal y en la actualidad con cobertura nacional.

De igual manera, en 1995 surge el Canal 40, a cargo de la empresa Televisión del Valle de México, S. A., TEVESCOM, propiedad del empresario Javier Moreno Valle<sup>141</sup>.

---

<sup>138</sup>La televisión por cable no es una innovación técnica en sí, sino que utiliza varios inventos ya existentes: las antenas que permitían captar las señales electromagnéticas de la televisión hertziana y el cable coaxial que había sido utilizado por primera vez para el envío de mensajes telegráficos submarinos. El cable ha sido tradicionalmente un modo de distribución de imágenes en movimiento y actualmente se está convirtiendo en el canal por el que discurren servicios integrales de telecomunicación: datos, imágenes y voz. Por ello, hablar de televisión por cable hoy es hacer referencia a tan sólo uno de los servicios que ofrecen los operadores de telecomunicaciones por cable. Por Fernández Peña, Fernando, "Orígenes y desarrollo de la televisión por cable EN LOS Estados Unidos y España. ¿Caminos bacheados hacia una autopista común?, Facultad de ciencias de la comunicación, Universidad del País Vasco, España, 1999. En línea, internet 11 de agosto de 2011, disponible: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999dse/43va5.htm>

<sup>139</sup>Grupo Televisa, es un conglomerado mexicano de medios de comunicación, productora de materia visual, musical, teatral y de Internet a través de sus distintas filiales. Sus comienzos iniciaron con su antigua empresa llamada Televicentro mismas que posteriormente a través de la familia Azcárraga adquiriendo otras empresas del medio, a partir de un sistema previamente público, conservando dicha familia la propiedad del medio hasta la actualidad. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible: <http://es.wikipedia.org/wiki/Televisa>

<sup>140</sup>Es un empresario mexicano. Contador por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, finalizó su maestría en Negocios por la Universidad de Tulane, y en 1981 se incorporó a Elektra como gerente de importaciones. Hoy es el Presidente y Director General del Grupo Salinas, grupo que se fundó y que conglomeró a diversas empresas dedicadas a las telecomunicaciones, medios, transporte, servicios financieros y ventas. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Ricardo\\_Salinas\\_Pliego](http://es.wikipedia.org/wiki/Ricardo_Salinas_Pliego)

<sup>141</sup>Empresario mexicano.

Ante la proliferación de los canales extranjeros que envían sus señales al país a través del sistema satelital, en 1982 el presidente Miguel de la Madrid modificó el artículo 28 constitucional, mediante el cual consideró a la comunicación por satélite como actividad estratégica a cargo exclusivo del Estado. Trece años después, el presidente Ernesto Zedillo<sup>142</sup> reformó, una vez más, este artículo para anular el carácter estratégico con exclusividad en su manejo por el Estado, para ser considerado como una “actividad prioritaria”, en donde se permite al capital privado participar en la propiedad y operación de esos artefactos espaciales.

Tal determinación fue apoyada por la aprobación del Congreso, el 18 de mayo de 1995, a la Ley Federal de Telecomunicaciones, en la que se establecen las condiciones para que el capital privado participe en la comunicación por satélite, hasta ese entonces, actividad exclusiva del Estado.

Desde ya algunos años, uno de los temas legislativos en discusión ha sido la expedición de una nueva ley que regule estas nuevas condiciones en los sistemas de televisión. Algunos sectores de la sociedad mexicana han organizado charlas, foros, mesas de discusión y análisis, encuentros, etc., y se han escrito artículos periodísticos y libros, en donde se han expresado sus pronósticos, diagnósticos y propuestas para la conformación de una nueva norma constitucional.

Los vacíos legales, se ha denunciado, “han propiciado la realización de todo tipo de actos culturales, económicos, políticos, sociales, informativos y espirituales desde los medios de comunicación electrónicos, en detrimento de los auditorios y de la participación de los grandes grupos sociales del país”.

En el país de Venezuela se ha promulgado una norma constitucional llamada Ley de Responsabilidad Social ante la Televisión. En México, para recuperar el sentido cultural y social que en un principio rigió las transmisiones, sólo es necesario aplicar los ya existentes, como los plasmados en las modificaciones en 1974, a la Ley Federal de Radio y Televisión, donde se establece: “corresponde al Estado vigilar el estricto cumplimiento de la ley, exigiendo que la imagen y el sonido, que llega a millones de niños y adultos, no distorsionen los valores que la tradición cultural del país ha aceptado como trascendentales, y que los avances tecnológicos no se utilicen para favorecer nuevas formas de dependencia.”

De igual manera, la iniciativa de reformas y adiciones de 1981 a la citada ley, en la que, en su exposición de motivos, expresa la preocupación del Estado por la influencia de los medios masivos de comunicación en la formación de la conciencia de la niñez. Así, en esta

---

<sup>142</sup>Es un economista y político mexicano. Fue Presidente de México del 1 de diciembre de 1994 al 30 de noviembre de 2000. Actualmente se desempeña como Director del Centro para el Estudio de la Globalización de la Universidad de YALE y participa en algunos programas de las Naciones Unidas. Relacionadas con el financiamiento a los países en vías de desarrollo. También es consejero del grupo Promotora de Informaciones, Sociedad Anónima (PRISA) desde el 27 de noviembre de 2010. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Ernesto\\_Zedillo\\_Ponce\\_de\\_Le%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Ernesto_Zedillo_Ponce_de_Le%C3%B3n)

ley, se delega a la Secretaría de Gobernación la vigilancia y orientación de los contenidos de las transmisiones dirigidas a la población infantil, y la vigilancia: “para evitar la propaganda comercial que incite a la violencia o promueva el consumo de productos que distorsionen los hábitos de una buena nutrición”.

Es necesario entonces, por un lado cubrir los huecos legales, y por el otro adicionar nuevas disposiciones para el control de los contenidos difundidos, que lejos están de fomentar el patriotismo o el fortalecimiento de una cultura nacional.

Además, de que, en la actualidad, en el país, a diferencia de los convenios suscritos por la Secretaría de Hacienda en materia fiscal, o de la Procuraduría General de la República a través de la Procuraduría Especial para Delitos Informáticos, la comunicación, así como las transmisiones de televisión a través del sistema mundial del Internet, se encuentran sin norma legal alguna.<sup>143</sup>

Como podemos observar, en el caso de México, en los últimos párrafos de la cita anterior, la televisión se encuentra de manera aceptada por la sociedad y el Estado cumple en el aspecto de regular por medio de normas, sus contenidos, tal es el caso que también estable un margen para la estructura que deben presentar los programas que se transmiten.

En el caso de nuestro estudio, es muy importante tomar en cuenta el aspecto jurídico, por el cual se rigen las diferentes empresas emisoras, cumpliendo con reglas que dejen a la sociedad un intento de calidad para la vida y desarrollo de los adolescentes, como es el caso en particular

Hemos ya afirmado que en el complejo conjunto de los discursos televisivos del entretenimiento coexisten, aunque en proporción limitada, los programas educativos, que aportan información basada en la realidad y pueden promover el análisis, la crítica y el razonamiento. Poseen intencionalidad formativa, entendida ésta como el desarrollo de las facultades racionales y emotivas del ser humano. Su fin es enseñar a pensar y a investigar, y no sólo a asimilar información.<sup>144</sup>

### 2.3 Marco jurídico

Dentro del marco legal, podemos ejemplificar que en efecto existe una norma que regula el funcionamiento de los programas de televisión, tal documento<sup>145</sup> lo cita de tal manera...

---

<sup>143</sup> *Boletín Informativo. De la Dirección General del Archivo Histórico y Memoria Legislativa*, Año V, No. 35, Enero-Febrero 2005. En línea, internet 10 de agosto de 2011, disponible: <http://www.cinelatinoamericano.cult.cu/assets/docs/Historia%20de%20la%20Televisión%20Mexicana.pdf>

<sup>144</sup> Meléndez Crespo, Ana, *La TV no es como la pintan: ¿La maquillamos juntos?*, México, Trillas, 2002, p. 221.

<sup>145</sup> “Marco Jurídico Vigente de la Radio y Televisión en México”, en *Boletín Informativo, ibídem*.

La libertad de expresión y el derecho a la información son los principios constitucionales que rigen la actividad y la función de la Radio y la Televisión en nuestro país.

Respecto de la libertad de expresión, el artículo 6° Constitucional señala: “La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público;...”

En relación con el derecho a la información, la parte final del mismo precepto señalado, establece: “...el derecho a la información será garantizado por el Estado”.

La libertad de expresión, como todo derecho constitucional, tiene límites, pero éstos sólo son los que la misma Constitución señala, es decir, que no debe ser limitada por ningún tipo de censura. El derecho a la información se refiere tanto al derecho a conseguir de los órganos públicos información necesaria para amparar los intereses de los ciudadanos, como también el derecho de recibir información cierta y oportuna. Así, desde la Constitución misma se perfila el rol social de la Radio y la Televisión.

En el nivel Constitución, el artículo 27, en su párrafo cuarto, establece que: Corresponde a la Nación el dominio directo de todos los recursos naturales de la plataforma continental y los zócalos submarinos de las islas; de todos los minerales o substancias que en vetas, mantos, masas o yacimientos, constituyan depósitos cuya naturaleza sea distinta de los componentes de los terrenos, tales como los minerales de los que se extraigan metales y metaloides utilizados en la industria; los yacimientos de piedras preciosas, de sal de gema y las salinas formadas directamente por las aguas marinas; los productos derivados de la descomposición de las rocas, cuando su explotación necesite trabajos subterráneos; los yacimientos minerales u orgánicos de materias susceptibles de ser utilizadas como fertilizantes; los combustibles minerales sólidos; el petróleo y todos los carburos de hidrógeno sólidos, líquidos o gaseosos; y el espacio situado sobre el territorio nacional, en la extensión y términos que fije el Derecho Internacional.

En concordancia, el párrafo sexto, establece: En los casos a que se refieren los dos párrafos anteriores, el dominio de la Nación es inalienable e imprescriptible y la explotación, el uso o el aprovechamiento de los recursos de que se trata, por los particulares o por sociedades constituidas conforme a las leyes mexicanas, no podrá realizarse sino mediante concesiones, otorgadas por el Ejecutivo Federal, de acuerdo con las reglas y condiciones que establezcan las leyes... Y con lo prescrito en la fracción VI del artículo 42 Constitucional, que sentencia: “El territorio nacional comprende: VI. El espacio situado sobre el territorio nacional, con la extensión y modalidades que establezca el propio derecho internacional”.

Así, por mandato constitucional, el espacio territorial pertenece a la nación y únicamente mediante concesión es posible su uso y explotación.

En cuanto al nivel de la legislación secundaria, tenemos ordenamientos jurídicos que directamente se relacionan con la Radio y la Televisión, a saber: Ley Federal de Radio y Televisión, Ley Federal de Telecomunicaciones, Ley de la Industria Cinematográfica (en lo que se refiere al contenido de las transmisiones en radio y televisión).

El cuerpo normativo que directamente regula el ámbito de la Radio y la Televisión es la Ley Federal de Radio y Televisión, promulgada el 8 de enero de 1960 por el entonces Presidente de la República, Lic. Adolfo López Mateos, y publicada en el Diario Oficial de la Federación, el 16 del mismo mes y año. Mediante este decreto, se derogó el capítulo sexto del libro quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación, con excepción de lo relativo a instalaciones de aficionados, consignado en su artículo 406, según lo establece el artículo segundo transitorio.

Dicho ordenamiento jurídico consta de 108 artículos y desde la fecha de su publicación ha sido reformada mediante 6 decretos, siendo el más reciente el publicado el 30 de noviembre de 2000.

En la Iniciativa enviada al Congreso de la Unión, se reconocía que “La radiodifusión, como vehículo informativo, como medio de expresión del pensamiento y de difusión de cultura, es un factor decisivo para contribuir al progreso del pueblo y para estrechar a la comunidad nacional, sobre todo en países como el nuestro que, por su extensión geográfica, su accidentada orografía y la distribución de su población, presenta enormes problemas para incorporar y mantener a un mismo ritmo de evolución, a todas las comunidades de su territorio”.

Además, se fija claramente el dominio directo de la nación para el régimen de concesiones y permisos, el establecimiento de normas que regulen la radiodifusión como medio de información, de expresión y difusión del pensamiento y como actividad de interés público, garantizar el ámbito de libertad y las facilidades con que deben contar las actividades de beneficio colectivo, y definen su responsabilidad social y la orientación y metas que la radio y la televisión deben perseguir.

Así, en el artículo 1° se establece: “Corresponde a la Nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible”

El artículo 2° señala: “El uso del espacio a que se refiere el artículo anterior, mediante canales para la difusión de noticias, ideas e imágenes, como vehículos de información y de expresión, sólo podrá hacerse previos concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la presente ley”.

El artículo 3° establece que: “La industria de la radio y la televisión comprende el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas, mediante la instalación, funcionamiento y operación de estaciones radiodifusoras por los sistemas de modulación, amplitud o frecuencia, televisión, facsímile o cualquier otro procedimiento técnico posible”.

En el artículo 4° se señala que: “La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social”.

En el artículo 5° se establece que “La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán: I.- Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares; II.- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud; III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana, y IV.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales. En las fracciones I y II, del artículo 10 se señala que “Compete a la Secretaría de Gobernación: I.- Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, y no ataquen los derechos de tercero, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos; II.- Vigilar que las transmisiones de radio y televisión dirigidos a la población infantil propicien su desarrollo armónico, estimulen la creatividad y la solidaridad humana, procuren la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional. Promuevan el interés científico, artístico y social de los niños, al proporcionar diversión y coadyuvar a su proceso formativo.”

Existen otras disposiciones legales que, de manera indirecta, se refieren a la función, actividad y contenidos de la Radio y la Televisión: Ley Orgánica de la Administración Pública Federal; Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público; Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacionales; Ley para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes; Ley General de Educación; Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, etc.

La Ley Federal de Telecomunicaciones es de orden público y tiene por objeto regular el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, de las redes de telecomunicaciones, y de la comunicación vía satélite. (art. 1°).

La Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, en el artículo 27, fracción XXI, establece: “Corresponde a la Secretaría de Gobernación: XXI. Vigilar que las publicaciones impresas y las transmisiones de radio y televisión, así como las películas cinematográficas, se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la paz y moral pública y a la dignidad personal, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden público”.

También, en su artículo 38, fracción XXIX, establece que corresponde a la Secretaría de Educación Pública: “Establecer los criterios educativos y culturales en la producción cinematográfica, de radio y televisión y en la industria editorial”; En el artículo 36, fracción III, se establece que corresponde a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes: “Otorgar concesiones y permisos previa opinión de la Secretaría de Gobernación, para establecer y explotar sistemas y servicios telegráficos, telefónicos, sistemas y servicios de comunicación

inalámbrica por telecomunicaciones y satélites, de servicio público de procesamiento remoto de datos, estaciones radio experimentales, culturales y de aficionados y estaciones de radiodifusión comerciales y culturales; así como vigilar el aspecto técnico del funcionamiento de tales sistemas, servicios y estaciones”.

La Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público, en el párrafo segundo del artículo 16 establece: “Las asociaciones religiosas y los ministros de culto no podrán poseer o administrar, por sí o por interpósita persona, concesiones para la explotación de estaciones de radio, televisión o cualquier tipo de telecomunicación, ni adquirir, poseer o administrar cualquiera de los medios de comunicación masiva. Se excluyen de la presente prohibición las publicaciones impresas de carácter religioso”.

En el párrafo segundo del artículo 21 se establece muy claramente que: “Las asociaciones religiosas únicamente podrán, de manera extraordinaria, transmitir o difundir actos de culto religioso a través de medios masivos de comunicación no impresos, previa autorización de la Secretaría de Gobernación. En ningún caso, los actos religiosos podrán difundirse en los tiempos de radio y televisión destinados al Estado”.

En el artículo 42 de la Ley Federal de Cinematografía, se establece que “La Secretaría de Gobernación, a través de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, tendrá las atribuciones siguientes: I.- Autorizar la distribución, exhibición y comercialización de películas en el territorio de la República Mexicana, a través de cualquier forma o medio, incluyendo la renta o venta de las mismas; II.- Otorgar la clasificación de las películas en los términos de la presente Ley y su Reglamento, así como vigilar su observancia en todo el territorio nacional; III.- Expedir los certificados de origen de las películas cinematográficas para su uso comercial, experimental o artístico, comercializadas en cualquier formato o modalidad, así como el material fílmico generado en coproducción con otros países, en territorio nacional o en el extranjero.; IV.- Vigilar que se observen las disposiciones de la presente Ley, con respecto al tiempo total de exhibición y garantía de estreno que deben dedicar los exhibidores y comercializadores en las salas cinematográficas o lugares que hagan sus veces; V.- Autorizar el doblaje en los términos y casos previstos por esta Ley y su Reglamento; VI.- Aplicar las sanciones que correspondan por infracciones a la presente Ley, así como poner en conocimiento del Ministerio Público Federal todos aquellos actos constitutivos de delito en los términos de las disposiciones legales aplicables en la materia; VII.- Las demás que le concedan otras disposiciones legales.”

El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, en el inciso j) del artículo 38, establece que son obligaciones de los partidos políticos nacionales: “j) Publicar y difundir en las demarcaciones electorales en que participen, así como en los tiempos oficiales que les corresponden en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, la plataforma electoral que el partido y sus candidatos sostendrán en la elección de que se trate. En este caso, el

tiempo que le dediquen a la plataforma no podrá ser menor del 50% del que les corresponda”.

En su Título Tercero, artículos 41 a 48, se regula el acceso de los partidos políticos nacionales a la radio y televisión.

En el párrafo primero del artículo 15-B del Código Fiscal de la Federación, se establece que “Se consideran regalías, entre otros, los pagos de cualquier clase por el uso o goce temporal de patentes, certificados de invención o mejora, marcas de fábrica, nombres comerciales, derechos de autor sobre obras literarias, artísticas o científicas, incluidas las películas cinematográficas y grabaciones para radio o televisión, así como de dibujos o modelos, planos, fórmulas, o procedimientos y equipos industriales, comerciales o científicos, así como las cantidades pagadas por transferencia de tecnología o informaciones relativas a experiencias industriales, comerciales o científicas, u otro derecho o propiedad similar.”

El inciso g) del artículo 10-A de la Ley de Coordinación Fiscal, establece que “Las entidades federativas que opten por coordinarse en derechos, no mantendrán en vigor derechos estatales o municipales por: g) Licencias, permisos o autorizaciones para la colocación de anuncios y carteles o la realización de publicidad, excepto los que se realicen por medio de televisión, radio, periódicos y revistas”.

Respecto a la Ley Federal de Derechos, el artículo 13 establece en su fracción X, que “Los derechos de autor a que se refiere esta Ley se reconocen respecto de las obras de las siguientes ramas: X. Programas de radio y televisión”.

En el artículo 15 se establece: “Las obras literarias y artísticas publicadas en periódicos o revistas o transmitidas por radio, televisión u otros medios de difusión no pierden por ese hecho la protección legal.”

En el artículo 82 se señala que “Quienes contribuyan con artículos a periódicos, revistas, programas de radio o televisión u otros medios de difusión, salvo pacto en contrario, conservan el derecho de editar sus artículos en forma de colección, después de haber sido transmitidos o publicados en el periódico, la revista o la estación en que colaboren.”

En el artículo 122 se establece que “La Duración de la protección concedida a los artistas intérpretes o ejecutantes será de setenta y cinco años contados a partir de: I. La primera fijación de la interpretación o ejecución en un fonograma; II. La primera interpretación o ejecución de obras no grabadas en fonogramas, o III. La transmisión por primera vez a través de la radio, televisión o cualquier medio.”

Los derechos que deben pagar los concesionarios por concepto de servicios en materia de televisión, se encuentran establecidos en el artículo 19-E de la Ley Federal de Derechos.

Los derechos que por el estudio y autorización de la solicitud de modificaciones técnicas, administrativas, operativas y legales de los títulos de concesión para la instalación, operación y aprovechamiento de sistemas de televisión por cable y redes públicas de radiocomunicación fija para prestar servicios públicos de radio restringido con señal digitalizada, de televisión restringida y de música continua, se encuentran previstos en el artículo 123.

Los derechos por los servicios que presta la autoridad sanitaria para actividades reguladas por la misma, se encuentran previstos en el artículo 195.

En el artículo 239 se establece que: “Las personas físicas y las morales que usen o aprovechen el espacio aéreo y, en general, cualquier medio de propagación de las ondas electromagnéticas en materia de telecomunicaciones, están obligadas a pagar el derecho por el uso del espectro radioeléctrico, conforme a las disposiciones aplicables.” Párrafo tercero: No pagarán el derecho que se establece en este Capítulo las empresas de radio y televisión que estén obligadas a retener el impuesto por servicios expresamente declarados de interés público por Ley, en los que intervengan empresas concesionarias de bienes del dominio directo de la nación.”

El derecho por el uso del espectro radioeléctrico, por los enlaces radioeléctricos entre estudio-planta y de estaciones móviles remotas, correspondiente a los equipos transmisores, receptores y repetidores, se pagará de acuerdo a las cuotas establecidas en el artículo 242-B.

En el artículo 10 de la Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacionales, se establece que “El día 24 de febrero se establece solemnemente como Día de la Bandera. En este día se deberán transmitir programas especiales de radio y televisión, destinados a difundir la historia y significación de la Bandera Nacional.”

En el artículo 40 se establece “Todas las ediciones o reproducciones del Himno Nacional requerirán autorización de las Secretarías de Gobernación y de Educación Pública. Los espectáculos de teatro, cine, radio y televisión, que versen sobre el Himno Nacional y sus autores, o que contengan motivos de aquél, necesitarán de la aprobación de las Secretarías de Gobernación y Educación Pública, según sus respectivas competencias. Las estaciones de radio y de televisión podrán transmitir el Himno Nacional íntegro o fragmentariamente, previa autorización de la Secretaría de Gobernación, salvo las transmisiones de ceremonias oficiales.”

En el artículo 41, se señala: Del tiempo que por Ley le corresponde al Estado en las frecuencias de la radio y en los canales de televisión, en los términos legales de la materia, se incluirá en su programación diaria al inicio y cierre de las transmisiones la ejecución del Himno Nacional y en el caso de la televisión, simultáneamente la imagen de la Bandera Nacional. El número de estrofas que deberán ser entonadas será definido por la Secretaría de Gobernación.

En el artículo 4 de la Ley de Fomento para la Lectura y el Libro, se señala que corresponde a la autoridad educativa federal, en coordinación con el Consejo Nacional de Fomento de la Lectura y del Libro, realizar el programa nacional de fomento a la lectura y al libro, a través de los siguientes medios: ... Emisiones de programas de radio y televisión dedicados a la lectura y el libro.”

En el artículo 7 se establece que “Del tiempo oficial que le corresponde al Estado en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, se otorgarán espacios de promoción institucional para la difusión del fomento a la lectura, así como de los libros impresos y

editados en México que por su valor cultural o interés científico o técnico enriquezcan la cultura nacional.”

En la Sección II del Capítulo II, de la Ley del Impuesto sobre la Renta, relativo a las “Deducciones de la Inversiones”, en el artículo 41, fracción IX, se establece que “Para la maquinaria y equipo distintos de los señalados en el artículo anterior, se aplicarán, de acuerdo a la actividad en que sean utilizados, los por cientos siguientes: IX. 16% en el transporte aéreo; en la transmisión de los servicios de comunicación proporcionados por telégrafos y por las estaciones de radio y televisión.”

En el artículo 6° de la Ley de Inversión Extranjera se establece que “Las actividades económicas y sociedades que se mencionan a continuación, están reservadas de manera exclusiva a mexicanos o a sociedades mexicanas con cláusula de exclusión de extranjeros: III. Servicios de radiodifusión y otros de radio y televisión, distintos de televisión por cable.”

En el artículo 43 de la Ley para la Protección de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes, se establece que: “Sin perjuicio de lo previsto en la normatividad aplicable a los medios de comunicación masiva, las autoridades federales, en el ámbito de sus competencias, procurarán verificar que éstos:

- A. Difundan información y materiales que sean de interés social y cultural para niñas, niños y adolescentes, de conformidad con los objetivos de educación que dispone el artículo 3o. de la Constitución y la Convención sobre los Derechos del Niño.
- B. Eviten la emisión de información contraria a los objetivos señalados y que sea perjudicial para su bienestar o contraria con los principios de paz, no discriminación y de respeto a todas las personas.
- C. Difundan información y materiales que contribuyan a orientarlos en el ejercicio de sus derechos, les ayude a un sano desarrollo y a protegerse a sí mismos de peligros que puedan afectar a su vida o su salud.
- D. Eviten la difusión o publicación de información en horarios de clasificación A, con contenidos perjudiciales para su formación, que promuevan la violencia o hagan apología del delito y la ausencia de valores.
- E. Además, las autoridades vigilarán que se clasifiquen los espectáculos públicos, las películas, los programas de radio y televisión, los videos, los impresos y cualquier otra forma de comunicación o información que sea perjudicial para su bienestar o que atente contra su dignidad.”

En el artículo 184 de la Ley General de Salud se establece que “La acción extraordinaria en materia de salubridad general será ejercida por la Secretaría de Salud, la que podrá integrar brigadas especiales que actuarán bajo su dirección y responsabilidad y tendrán las atribuciones siguientes: IV.- Utilizar libre y prioritariamente los servicios telefónicos, telegráficos y de correos, así como las transmisiones de radio y televisión”.

En el artículo 307 se dice que “Tratándose de publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas, ésta no deberá asociarse directa o

indirectamente con el consumo de bebidas alcohólicas. La publicidad no deberá inducir a hábitos de alimentación nocivos, ni atribuir a los alimentos industrializados un valor superior o distinto al que tengan en realidad.

La publicidad de alimentos y bebidas no alcohólicas deberá incluir en forma visual, auditiva o visual y auditiva, según sea para impresos, radio o cine y televisión, respectivamente, mensajes precautorios de la condición del producto o mensajes promotores de una alimentación equilibrada.

En el artículo 309 se establece que “Los horarios en los que las estaciones de radio y televisión y las salas de exhibición cinematográfica podrán transmitir o proyectar, según el caso, publicidad de bebidas alcohólicas o de tabaco, se ajustarán a lo que establezcan las disposiciones generales aplicables.”

En la fracción II del artículo 309-bis, se establece “Queda prohibida toda publicidad de tabaco en radio y televisión.”

El artículo 304 de la Ley Federal del Trabajo, establece que las disposiciones contenidas en el Capítulo XI de dicha ley, será aplicable los trabajadores actores y a los músicos que actúen en teatros, cines, centros nocturnos o de variedades, circos, radio y televisión...”

La vigente Ley del Impuesto al Valor Agregado, al entrar en vigor el 1 de enero de 1980, abrogó la Ley del Impuesto a las Empresas que explotan Estaciones de Radio o Televisión (Artículo Segundo Transitorio).

En el nivel reglamentario, aquellos que se vinculan directamente con la actividad de la Radio y la Televisión son:

- Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía.
- Reglamento de la Comunicación Vía Satélite.
- Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en Materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones del Radio y Televisión.
- Reglamento de la Ley General de Salud, en Materia de Publicidad.
- Reglamento del Servicio de Televisión y Audio Restringidos.
- Reglamento de Telecomunicaciones.

Reglamentos Internos de las Secretarías de:

- Comunicaciones y Transportes
- Educación Pública.
- Gobernación.
- Defensa Nacional.

Actualmente, en el Senado se analiza la iniciativa de Ley Federal de Radio y Televisión, misma que tiene como base los principales acuerdos y propuestas alcanzados en la Mesa de Diálogo para la Revisión Integral de la Legislación de los Medios Electrónicos, de la Comisión Especial para la Reforma del Estado, es decir, se trata de una propuesta de la sociedad organizada que “pone en el Congreso sus expectativas y nos exige el compromiso de avanzar en la reforma pertinente”.

Por último:

En el ámbito internacional, el pasado 5 de febrero, en España, el Consejo de Ministros aprobó la remisión a las Cortes Generales del Proyecto de Ley de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de liberalización de la televisión por cable y de fomento del pluralismo.

Entre las incorporaciones al Proyecto de Ley, en lo que se refiere a radiodifusión sonora del texto, entre otras cosas, establece que una misma persona física o jurídica no podrá disponer de más del 50 por 100 de las concesiones administrativas que coincidan en su ámbito de cobertura ni controlar más de cinco concesiones en ese mismo ámbito.

Por lo que respecta a la radiotelevisión por cable se eliminan las restricciones a la competencia ofreciendo la posibilidad de que aparezcan nuevos operadores.<sup>146</sup>

El Estado como podemos apreciar, ha regulado por número de normas, en las cuales no sólo se dedican a lo que sólo percibimos, a fondo se encuentra la estructura en cómo se deben de presentar los programas y no precisamente como la empresa emisora le convenga. Además como pudimos ver, la calidad de los programas que se presenten, deben de cumplir con ciertas cualidades, mismas que por simples que sean deben de establecerse, tal es el caso, que para la televisión además de ser un medio de comunicación, funcione como transmisor de la cultura, así lo marca la norma jurídica, deberá transmitir el Himno Nacional Mexicano al inicio y cierre de su programación –esto lo podemos notar en la radio a la media noche y a las seis de la mañana, durante los 365 días del año-.

Podemos concluir que, el Estado ocupa el lugar de mantener la calidad de los programas, siempre y cuando estos no dañen la integridad de los individuos, manteniendo y promoviendo, el orden, la armonía, la paz, la salud, la mora, las buenas costumbres y nuestra historia. Desafortunadamente los contenidos de los programas los deciden las empresas emisoras, que con el fin de cumplir con los requisitos que les solicita el Estado, son ellos mismos quienes estructuran sus beneficios; ¿cuáles?, el consumo y su economía, disfrazándolos en muchas ocasiones de programas que fomentan la unión de la familia, así como también de un nacionalismo.

## 2.4 Función social

La televisión en nuestros días, forma parte elemental en nuestros hogares, representada como el medio que permite además de la interacción con el mundo exterior, la interacción misma dentro de la familia, determinándola, como lo hemos mencionado en el primer capítulo, un medio de socialización.

Suman más de uno de los factores que la televisión ha tenido sobre la familia. La comunicación, las relaciones personales, actividades recreativas, la asistencia a la iglesia y clubes deportivos ha aminorado

---

<sup>146</sup> “Marco Jurídico Vigente de la Radio y Televisión en México”, en *Boletín Informativo, ibidem*.

por causa de este medio. Al reconocer que en 1950 apenas el 18% de la población estadounidense poseía un televisor, es de sorprenderse que para 1980, el 99% de la familia poseían uno o más televisores, también aumentó la cantidad de horas vistas [...] 5 horas diarias [...] a 7 horas, cantidad exorbitante para un solo día.<sup>147</sup>

Pero podemos hablar de una función social que tenga responsabilidad ante la sociedad y permita un desarrollo que logre el sustento de retroalimentación, ya que Sartori nos presenta una referencia muy cercana a la realidad:

Los medios de comunicación, y especialmente la televisión, son administrados por la subcultura, por personas sin cultura. Y como las comunicaciones son un formidable instrumento de autopromoción – comunican obsesivamente y sin descanso que tenemos que comunicar – han sido suficientes pocas décadas para crear el *pensamiento insípido*, un clima de confusiones mental y crecientes ejércitos de nulos mentales.<sup>148</sup>

Este medio de comunicación social, ha desarrollado gran influencia en los individuos, ya que a muchos les impresiona ver a través de un cristal el reflejo de su vida y de la vida en el mundo actual, haciendo cada vez más utópico su parentesco.

Aunque la percepción de la realidad se da a través de todos nuestros sentidos, utilizamos la vista y el oído en mayor medida. Y hay un medio de comunicación masivo contemporáneo que impacta principalmente a estos dos órganos porque está basado en la combinación de imágenes y sonidos: la televisión. Es importante señalarlo porque con ambos recursos este medio reconstruye el espacio tridimensional de la realidad, lo que marca ciertos límites a la representación del objeto.<sup>149</sup>

Desafortunadamente y para la comodidad de muchos de nosotros, como miembros de una familia y ciudadanos de una ciudad. La televisión termina siendo la excusa más rápida de justificar nuestro tiempo de ocio, de entretenimiento, de distracción, que, transportando esta situación a los adolescentes que estudian un nivel de educación media superior, más allá de ser una herramienta para su desarrollo académico, termina siendo un medio de distracción el cual remite a su principio construido por las grandes empresas responsables de su contenido, el cual deslumbra al consumo.

[...] debemos estudiar los medios porque estos son centrales para la experiencia. Informan, reflejan, expresan la experiencia, nuestra experiencia, a diario. He sugerido que ese estudio debe implicar la reflexión sobre los medios no sólo como una serie de instituciones,

---

<sup>147</sup> Detrás Collazo, Héctor, *Televisión. Sus efectos en niños y adolescentes*, Barcelona, CLIE, 1995, p. 69.

<sup>148</sup> Sartori, Giovanni, *ibidem*, p. 152.

<sup>149</sup> Meléndez Crespo, Ana, *ibidem*, p. 22.

productos o tecnologías, o no sólo como estas cosas, sino también como un proceso, un proceso de mediatización. Los medios se hacen. Nosotros los hacemos. Y se hacen para nosotros.

.....  
El consumo es una cosa contradictoria y ocasional. Es una actividad, individual y colectiva, privada y pública, que depende de la destrucción de bienes para la producción de significados.<sup>150</sup>

Sartori en su obra ya citada anteriormente, nos plantea que la televisión puede tener muchos fines e incluso fines lucrativos dirigido a sectores o a un cuantos, pero el caso que nos plantea el autor italiano es con referencia al control que llegan a ejercer estado ante la transmisión del contenido televisivo:

La televisión mejorará cuando de verdad haya un orden plural y competitivo estimulado por la concurrencia de las televisiones privadas [...]. En países como Italia, monopolizada durante demasiado tiempo por una pésima televisión de Estado controlada por diferentes partidos. Pero en Inglaterra el discurso se invierte: porque allí hay una buena televisión pública, la BBC, que está siendo socavada por una competencia privada puramente comercial de nivel más bajo.<sup>151</sup>

Compartiendo la opinión de, nosotros como receptores de la transmisión de los contenidos en la televisión, somos los responsables de la aceptación que le damos, ya que no solo nos distrae, sino también nos incita al margen de las compras; basándose en factores que de manera inconsciente nos atrapa.

Media entre la frugalidad y el exceso, el ahorro y el derroche. Calma las ansiedades sobre nuestra capacidad de sobrevivir y prosperar tanto en lo que se refiere a la subsistencia como al *status*, sin embargo no logra contener, de una vez por todas, ni la ansiedad, ni la necesidad, ni el deseo.<sup>152</sup>

Siendo este uno de las vertientes que nuestra investigación interesa, tomaremos en cuenta también, que la televisión ha permitido, además del consumo, ser una herramienta de influencia a los jóvenes estudiantes. Tomando como referencia el análisis que plantea Louis Althusser en su obra citada con anterioridad, logramos ubicar a la televisión como una forma de control:

Si los aparatos ideológicos del estado “funcionan” masivamente con la ideología como forma predominante, lo que unifica su diversidad es ese mismo funcionamiento, en la medida en que la ideología con la que

---

<sup>150</sup> Silverstone Roger, *¿Por qué estudiar los medios?*, trad. de Horacio Pons, Amorrortu editores, Argentina, 2004, p. 127.

<sup>151</sup> Sartori, Giovanni, *ibidem*, p. 144.

<sup>152</sup> *Ídem*.

funcionan, en realidad está unificada a pesar de su diversidad y sus contradicciones.<sup>153</sup>

Perdiendo el sentido de que la televisión debe tener contenidos que permitan el bienestar y desarrollo de los televidentes; hasta ahora, se limita a que su función social más cercana sea, la creación de programas de carácter informativo, con la finalidad de darle al televidente la información de lo que acontece en su mundo actual, mientras que por otro lado, son pocos los canales en la Ciudad de México, los que ofrecen un contenido más estructurado, pensado para la creación de una visión más crítica por parte del televidente. A pesar de que la mayoría de estos canales, se encuentran en un modelo nuevo de televisión, el cual consta de hacer un pago mensual; la difusión de canales de interés cultural, análisis, siguen siendo pocos en comparación con la cantidad de canales que se destinan a la difusión de la música, deporte, espectáculos, serie y telenovelas.

Pero como ya lo mencionábamos anteriormente, el problema de ser presa fácil de la televisión no lo son al cien por ciento los contenidos, el problema nace desde el interés que demostramos ante ellos. Estoy seguro que si muchos de los que miramos la televisión solicitáramos un contenido constructivo, benéfico para la población, buscando la manera de demostrar que los contenidos que ofrece la televisión mexicana no respondieran a las necesidades de la población, las empresas emisoras modificarían su contenido sería distinto.

---

<sup>153</sup> Althusser, Louis, *ibidem*, p. 31.

### **CAPÍTULO TERCERO**

## **ANÁLISIS DE MEDIOS E INFLUENCIA EN LOS ADOLESCENTES DEL CENTRO DE ESTUDIOS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS No. 12 “JOSÉ MARÍA MORELOS Y PAVÓN” DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL**

*“La historia humana se está convirtiendo,  
cada día más, en una carrera  
entre la educación y el desastre”  
H. G. Wells*

*“La ladrona de tiempo,  
Criada infiel” (la televisión)  
John Condry*

Para redondear la temática y el marco referencial al que nos hemos estado refiriendo. Iniciamos el análisis de medios e influencia en un sector importante y sensible como es el mundo de la adolescencia. En particular nos referimos al Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos No. 12 “José María Morelos y Pavón” del Instituto Politécnico Nacional.

Como es sabido, en la actualidad estamos inmersos en un mundo dirigido por el consumo, mediado por la tecnología que permite que las comunicaciones se logren con mayor precisión y fomenten de manera inconsciente una dependencia. Los medios de comunicación masiva sólo entretienen, sino también enajenan a las personas.

Éstos han demostrado que no sólo su poder de influencia está sobrepasando los límites de la formación educativa, misma que se ve amenazada por la falta de interés que existe por parte de los alumnos, ya que muchos son víctimas de los contenidos televisivos que no dejan en ellos ni siquiera el fomento a su desarrollo como estudiantes.

En este tercer capítulo analizaremos el concepto de Educación frente al fenómeno que vivimos en el mundo de las comunicaciones, nuestras preocupaciones cotidianas y académicas en torno a la televisión están también cambiando. Tomando como muestra a un sector de la población estudiantil del nivel medio superior perteneciente al Instituto Politécnico Nacional (IPN). Ubicaremos la teoría de Max Weber de los tipos ideales en el contexto de la influencia de los medios de comunicación, los cuales son determinados en el marco del mercado, estableciendo estrategias en los contenidos televisivos para lograr el fenómeno del consumo, implementando formas y estilos de vida en la sociedad, los cuales de manera inconsciente se adoptan y funcionan como tal en el marco de la Interacción que consiente la sociedad como propia. Es de esta manera en como determinamos que la televisión se hace presente en los procesos de sociabilización, marcando tendencias, moda, consumo e influencia, produciendo en poco tiempo una serie de estímulos.

### 3.1 Educación

El concepto de educación empezaremos a comprenderlo a partir de su significado quien nos menciona que:

Del latín *Educare* (criar, nutrir, alimentar)

Ex-ducere (sacar, llevar, conducir desde dentro hacia afuera)

Esta doble etimología de entrada, da la impresión de una contradicción y por lo tanto ha dado nacimiento a dos acepciones.

Estos dos sentidos son los causantes de las posiciones de la educación hoy en día Educación tradicional, de corte intelectualista y la Educación Nueva o progresiva, basada en la actividad, libertad y la espontaneidad del alumno.<sup>154</sup>

Como lo mencionamos en la cita anterior, existe una dualidad en el concepto, misma que tomando referente a la primera definición, ubica a la educación en fases en su recorrido por la historia y pensamiento del hombre, así lo define Óscar:

En el pensamiento antiguo, las instituciones educativas reconocidas son.

- a) La familia: cuida de la crianza y de la primera educación, hasta los seis y siete años (Esparta) o hasta la edad viril (Atenas y Roma) para los varones, hasta el matrimonio para las hembras; en estricta subordinación a la ética patriótica y a la religión civil.
- b) El Estado: atiende la educación masculina, esencialmente militar para los ciudadanos libres (efebia ateniense); queda para los privados la instrucción gramáticas y la literatura (en Roma hasta el Imperio: Quintiliano primer profesor estatal).

Los fines de la educación son:

La antigua educación griega floreció después del año 479 a.C., una vez concluidas las guerras persas, y tuvo una orientación esencialmente ateniense. Se enseñaba a los niños de siete a trece años lectura, escritura, aritmética y canto. Los sofistas desarrollaron algunas disciplinas formales: Gramática, Retórica y Lógica, que fueron incorporadas al currículum destinado a los jóvenes de trece a dieciséis años. En cambio, posteriormente los romanos daban más importancia a los deberes de la ciudadanía que a la práctica de la especulación filosófica.

En el pensamiento medieval, las instituciones educativas reconocidas son:

- a) La familia: tiene a la educación como fin primario solidario con la procreación; tiene el derecho y deber de educar según la conciencia.
- b) La Iglesia: ejerce la potestad del magisterio, conversando e ilustrando el depósito de la fe; defiende la verdad y reprime el

---

<sup>154</sup> Hernández Zuñiga, Óscar Fernando, Sociología de la educación, México, Universidad Santander, 2007, p.

error; instituye escuelas propias para el clero y los laicos, funda universidades.

- c) El estado: es el supremo garante del derecho-deber de la familia (pero no tiene la obligación de instituir escuelas) y de la Iglesia (de la que es brazo secular y fiel tutor temporal); funda institutos superiores y universidades.

Los fines de la educación son:

Educación del hombre, del súbdito, del trabajador, del cristiano santo.

- a) La educación física: El cuerpo debe ser instrumento y no obstáculo. La ley del espíritu debe prevalecer sobre la de la carne. Es preciso reprimir las inclinaciones desordenadas (concupiscencia). Sobriedad, templanza, trabajo. Defensa de la fe (ordenes de caballería, cruzadas).
- b) La educación intelectual: Condena la vana curiosidad. El saber profano es inútil al servicio de lo sacro. Todos deben saber lo que es necesario para la salvación. El sacerdocio debe tener una formación especial. Las artes liberales, el derecho, la medicina, son peldaños para la sabiduría que son la filosofía y la teología.
- c) La educación moral: Además de las virtudes cardinales antiguas, las virtudes teologales cristinas (fe, esperanza, caridad). Sumisión en el orden jerárquico. El trabajo como castigo y como conquista.

En el pensamiento moderno, las instituciones educativas son:

- a) La familia: educa al hombre para fines que no estén en conflicto con los de los organismos superiores.
- b) El Estado debe promover la institución y la civilización; apoya las escuelas de la Iglesia (Contrarreforma) o las evoca a sí mismo; es llamado a ser garante también, a través de la educación de la igualdad de los ciudadanos (iluminismo).

Los fines de la educación son:

- a) Pierden importancia los factores externos adquiriendo mayor relieve los internos; el hombre es maestro de sí mismo y la virtud no se enseña, se conquista.
- b) Los factores biológicos (salud, destrezas, habilidad) no son menos importantes que los psicológicos, con los que están estrechamente unidos; la belleza física (con los componentes de la fuerza y de la gracia) es un valor digno por sí mismo; como la belleza intelectual (saber no utilitario) y la belleza moral.
- c) Protestante: se repudia gran parte de la pedagogía medieval, por ejemplo: ayunos, mortificaciones, penitencias corporales, vida monástica, votos religiosos; el pecado no se vence con medios inadecuados, sino con la fe; la educación espiritual tiene lugar a través de la palabra de Dios, en forma personal, y no a través de imposiciones autoritarias.
- d) Católica: se reconoce la importancia de factores ya descuidados (educación de la juventud, la educación del clero), confirmando con alguna atenuación la metodología medieval (hay, sin embargo, corrientes que acentúan los factores naturales sobre

los sobrenaturales); nervio de la contrarreforma, promueve la restauración de la autoridad a todos los niveles: familia, escuela, Iglesia y Estado.

En el pensamiento contemporáneo, las instituciones educativas son: Una corriente formada por espiritualistas, idealistas y pensadores de orientación afín, reconoce un equilibrado aporte educativo de:

- a) Las familias (y particulares en general) depositarias de un derecho natural, confirmado positivamente.
- b) El Estado: a través de escuelas propias, escuelas de entres locales y morales, escuelas subvencionadas en distinta medida.
- c) La Iglesia: (y asociaciones religiosas en general) como ente de derecho divino y de derecho positivo público.

Otra corriente formada por pensadores de las demás tendencias, unidos por un común denominador laico, reconoce como institución educativa preeminente y como instituciones subordinadas:

- a) El Estado. Cuya enseñanza debe ser pública, laica, religiosamente agnóstica o neutra.
- b) Las familias: que pueden instituir escuelas propias denominacionales o confesionales, a su propio cargo
- c) La Iglesia: que recae sin embargo bajo el derecho común, que disciplina a las asociaciones privadas.

Los fines de la educación son:

- a) La educación debe formar el espíritu crítico de investigación y de colaboración social.
- b) La educación debe ser: científica, y democrática.
- c) El fin de la educación del trabajo es el desarrollo integral de la persona, mediante la cultura de sus aspectos esenciales. Físico expresivo, lógico, económico, moral y cívico y religioso.<sup>155</sup>

Después de hacer este recorrido que nos plantea Óscar Hernández nos damos cuenta que la educación ha sido el hilo conductor del desarrollo mental del ser humano, llevando consigo la justificación de progreso para su comunidad y desenvolvimiento en su entorno. Aunque desafortunadamente, en ciertas épocas de la historia, el conocimiento estaba restringido haciendo del conocimiento una elite. Pero hoy en día, la educación la concentramos en dos criterios formal e informal.

El individuo es producto de una educación formal y una educación informal, la primera es sistemática, con planes, programas de estudio, es intencional, posee la orientación de normas pedagógicas, se controla por tiempos específicos y tiene la influencia de un control "x" determinado, que ejerce el Estado, la religión y/o poder ideológico del que se trate, esto dependiendo la época, por ejemplo la edad media o la época posterior a la revolución francesa. La segunda es que se da en el club, la iglesia, partido político, en la calle, puede tener cualquier orientación y puede ser positiva o negativa. En las sociedades primitivas, sólo existía este tipo de educación, esta educación constituye

---

<sup>155</sup> Hernández Zuñiga, Óscar Fernando, *ibidem*, pp. 4-7.

la base de toda la educación –familia-, sin embargo es refinada y pulida por la educación formal o sistemática.

La diferencia entre ambas es más teórica que real, pero es necesario reconocer que en la educación informal destaca el papel de los medios masivos de comunicación en todas sus variantes, dando paso en muchas ocasiones al “hombre masa”, este no se distingue por su madurez, ni por su personalidad individual, ya que por el contrario, los rangos implantados en él son uniformes, de una falta de responsabilidad frente a la problemática social. Es la educación formal el camino más adecuado para combatir el “hombre masa” que hoy invade a la sociedad.<sup>156</sup>

En la referencia anterior, podemos aterrizar la realidad mexicana, ubicando a la educación informal como la de mayor presencia, ya que la llamada experiencia es la que te brinda las herramientas para poder sobrevivir en un mundo como el actual, lleno de consumo y enajenación de los medios de comunicación como lo es la televisión en particular. Pero no sólo se trata de identificar qué tipo de educación prevalece en nuestro país, también hay que clasificarla según la dimensión de la población, urbana y rural.

El medio rural y urbano, son ambientes distintos que determinan formas y resultados diversos en la educación. En el campo está más arraigada la tradición y la familia patriarcal y autoritaria, la uniformidad de ideas y actitudes, la posición conservadora, el control sobre la juventud entre otras cosas; la sociedad urbana, en cambio, es abierta y en ella la familia –en algunos casos-; es más reducida e inestable, existe un gran pluralismo en lo social, en lo cultural, y en lo religioso, en otro sentido el hombre urbano está inmerso en una atmósfera cultural variada y amplia. Estas consideraciones son genéricas, pero pueden servir de punto de partida para el análisis de la educación en cada uno de sus contextos.

Al margen de lo anterior hay que considerar que en 1900. Sólo dos países estaban urbanizados Inglaterra y Estados Unidos de Norteamérica. Hoy en día el 40% de la población mundial vive en grandes ciudades y se estima que en el siglo XXI se elevará al 75%, es entonces necesario conocer las características más señaladas que se dan en esos grandes centros de concentración humana que conocemos como ciudades.

En las ciudades se fomenta el individualismo, tanto en su sentido positivo y negativo, cada cual vive para sí, sin preocuparse por los demás y sin conocerlo, en las pequeñas aldeas, en cambio, donde cada cual trata a los otros, no sólo en función de los roles, sino también en cuanto a sus características personales, se va configurando realmente una comunidad. Todo lo anterior tiene enorme influencia en el proceso educativo.<sup>157</sup>

---

<sup>156</sup> Hernández Zuñiga, Óscar Fernando, *ibidem*, p. 35.

<sup>157</sup> *ibidem*, pp. 36-37.

Hablar de educación hoy en día, que es uno de los temas que a nuestra sociedad mexicana le preocupa, y que más allá de ser un tema de prioridad en nuestras autoridades, sea convertido en una problemática social, donde los medios de comunicación como la televisión, está atrapando la atención de los adolescentes, haciendo de ellos un sector de la sociedad vulnerable y fácil de atraer su atención.

Muy posiblemente, el descuido de la educación por parte de la dirigencia social así como el descenso experimentado por el rendimiento académico de los niños y jóvenes –que no constituyen fenómenos exclusivamente argentinos- reflejan una profunda modificación en las expectativas que la sociedad deposita en la escuela.

En el pasado, se consideraba que el objetivo de esta institución era proporcionar conocimientos específicos y concretos que resultaban de difícil transmisión en el hogar, lógicamente en un ámbito en el que se compartiría un conjunto de valores con la familia. Hoy, esta situación ha cambiado drásticamente. Como lo testimonian las transformaciones experimentadas por el enfoque de la enseñanza.<sup>158</sup>

Justo como lo menciona Guillermo Jaim Etcheverry, la educación va más allá de sentarse en una banca, pasar lista y dejar que fluya el tiempo, donde la calidad de la institución también la aportan diversos factores como, los profesores, los programas de estudio, e incluso la institución misma, pero de manera muy importante, los alumnos, que son ellos quienes recibirán los conocimientos.

Desafortunadamente, vivimos en un mundo rodeados elementos que nos complacen a una vida rutinaria y placentera, siendo éstos, factores de distracción y que sólo incitan a mirar, en este caso la televisión, y a consumir.

Curiosamente, un tutor y su discípulo que dialogan contemplando el cuidado del césped de Eton de 1920 ignoran que, años después de abandonar ese prestigioso colegio inglés, habrán de describir sus visiones del mundo del futuro. Aldous Huxley, el mayor, publicará, en 1932, *Un mundo feliz*, véase al respecto,<sup>159</sup> Eric Blair, más conocido como George Orwell, es el otro joven que, en 1949, conmovió con su sombrío relato *1984*, véase al respecto.<sup>160</sup>

En su novela, Orwell anticipa los peligros de una sociedad totalitaria en la que el Estado concentra cada vez mayor poder. Para simbolizar la opresión externa, imagina un omnipresente “hermano grande”, que controla la vida cotidiana de los hombres. Ha sido esa una de las más poderosas metáforas del siglo para describir las consecuencias del control de todas las actividades humanas del poder.

---

<sup>158</sup>Etcheverry, Guillermo Jaim, *La tragedia educativa*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2005, pp. 45-46.

<sup>159</sup>Huxley, Aldous, *Un mundo feliz*, trad. de Profa. María Elena Zuno, México, Editores mexicanos unidos, 2002.

<sup>160</sup>Orwell, George, *1984*, trad. de J. A. Silva Villar, México, Grupo Editorial Tomo, 2002.

Huxley, en cambio, no supone que una figura autoritaria privará a la gente de autonomía, le arrebatará su historia o le impedirá madurar. En su profecía, la gente no se resiste a la tecnología con la que el opresor aniquila su capacidad de pensar. El aspecto terrible del relato reside en que la víctima no odia a su opresor, se entrega a él voluntaria y alegremente.

Mientras Orwell alerta acerca de quienes nos privarán de la información, prohibirán los libros o nos ocultarán la verdad. Huxley expresa una preocupación opuesta. Imagina que llegaremos a contar con tanta información que quedaremos reducidos a la pasividad, que no será necesario prohibir los libros porque a nadie le interesará leerlos, ni ocultar la verdad porque pasará inadvertida en el océano de la irrelevancia.

Huxley piensa que, en la era de la tecnología avanzada, la gente vivirá entre placeres y lujo, pero devastada espiritualmente por un enemigo disimulado tras un rostro sonriente. Para destruir la cultura, bastó con que el pueblo terminará convirtiéndose en audiencia, que aceptara ser distraído por lo trivial, sin necesidad de guardianes ni rejas, el diálogo público no supera ya el nivel infantil y la política no se diferencia del vodevil.

Como lo señala Neil Postman –de quien está tomando este agudo análisis de ambas visiones- mientras Orwell ve el peligro de que se transforme en trivial, preocupada por lo irrelevante.

Terminando el siglo, la profecía de Orwell no se ha cumplido. Los regímenes totalitarios se batan en retirada. Tal vez, inclusive como consecuencia de 1984, estamos alerta y reaccionamos en cuanto las puertas de la celda comienzan a entornarse y se escuchan los quejidos de las primeras víctimas. Se concreta, en cambio, la visión de Huxley. En ese “mundo feliz” en el que se convierte aceleradamente el nuestro, nadie grita por la libertad perdida. Al contrario, se oyen las carcajadas de la diversión que, además, interpretamos como signo de absoluta libertad. Como intuye Postman, el problema no es que la gente se ría en lugar de pensar, sino que no sabe de qué se ríe ni por qué ha dejado de pensar. Se interroga: ¿puede reaccionar una cultura agotada por la risa?

La educación parecería ser el antídoto ante esta epidemia de estupidez que se extiende. Sostenía H. G. Wells que “la historia humana se está convirtiendo, cada día más, en una carrera entre la educación y el desastre”. Sin educación, las personas son más vulnerables porque, como carecen del mundo interior que ella construye, quedan limitadas al espacio enrarecido de su experiencia cotidiana. Como ha señalado Julián Marías, estos “primitivos llenos de noticias” no tienen ninguna idea, corporizan el “vacío mental”. Por eso, sin resistir y sonrientes, se entregan al opresor que los va rellenando con la cultura de lo burlesco. Trágicamente, ni siquiera reconocen a quien los asfixia.

En este fin de siglo, ha señales de que el “mundo feliz” está instalado entre nosotros. Vivimos férreamente controlados, no ya por el amenazante “hermano grande”, sino por el alegre entretenimiento. En el estremecedor discurso que pronunció al aceptar el Premio Príncipe de Asturias de las Letras, Francisco Umbral nos advierte: “Estamos

rodeados, vamos a la barbarie, la ministra española clama en humanidades pero el niño sencillo, padrote del Dos Mil, no frecuenta las ciencias ni la paciente historia, pero mata marcianos y asesina a otro niño”. Entre carcajadas y no ya entre gritos de horror, sucumben hombres y mujeres sometidos al despojo de su interior. Están rodeados, privados de la posibilidad de ensanchar su horizonte, es decir, de hacerse personas. Es una nueva manera de perder la libertad, una prisión invisible. Menos evidente, más moderna y sutil que la controlada por el “hermano grande”, pero no por eso menos terrible.<sup>161</sup>

De esta manera concuerdo con lo que menciona Guillermo Jaim Etcheverry, que la educación no sólo es el transmitir creencias, costumbres o tradiciones, sino hay que trabajar en el mejoramiento social constante, donde los mismos individuos nos veamos involucrados en nuestro acontecer y no sólo dejarse manipular y seguir una línea de juego. En la reflexión que hace de manera muy grafica podemos decir que...

Esta situación es planeada con trazos gruesos por la periodista estadounidense Heather Mac Donald en su artículo “¿Por qué la maestra de Juanito no puede enseñar?”, que relata una visita a un instituto neoyorquino en el que se forman educadores. Según el artículo, los profesores proponen “construir una comunidad, enriquecida en intercambios” e impulsan a los estudiantes a “desarrollar el subtexto de su tarea”. Al cabo de de la actividad del día, la profesora resume “Estamos construyendo la confianza de este grupo”. Pero lo que no parecen hacer es hablar de nada presente en el mundo real ni acerca de la manera de enseñar lecciones concretas a niños de carne y hueso, observa la periodista. Según ella, el lema de muchas de esas escuelas debería ser: “Todo menos el conocimiento”. En caso de mencionárselo tangencialmente, se habla del “saber construido por uno mismo” o “el conocimiento contextualizado”.<sup>162</sup>

Tomando en cuenta la experiencia de la periodista, determinamos que es útil y funcional que la educación se construya de manera autodidacta, siempre y cuando exista un factor que la dirija, pues para poder comprender y entender un conocimiento se necesita la dirección de un experto que pueda resolver y despejar las dudas, y que además, sea los profesores quienes se den a la tarea de transmitir el conocimiento mismo a nuestra realidad, y a su vez se haga más efectiva el aprendizaje y no se quede estancado en una simple transmisión de conocimientos.

Si pretendemos que, en el futuro, los jóvenes entiendan algo sobre algo, es preciso dotarlos de un capital básico de conocimientos concretos. Las importantes habilidades de resolver problemas o de ejercitar el aprendizaje permanente no se adquieren en un vacío de conocimientos.

---

<sup>161</sup> Etcheverry, Guillermo Jaim, *ibidem.*, pp. 73-76.

<sup>162</sup> *Ibidem*, p. 1.

Como muy bien lo resume Chris Woodhead, un alto funcionario educativo británico, «el mundo no es algo nebuloso y vago que está allí, flotando libremente, esperando nuestra opinión. Es algo sólido y real, y una educación que no enseñe a los jóvenes que nada se logra sin paciencia y autodisciplina (requeridas para contar con conocimientos concretos sobre el mundo), es una educación que no vale la pena adquirir».

Resulta evidente que las expectativas de nuestra sociedad actual sobre los logros académicos de los estudiantes son muy modestas. De manera manifiesta o encubierta, se prioriza la adquisición de las *herramientas*, cuando no directamente el cumplimiento de otras funciones que hoy se asignan a la escuela.<sup>163</sup>

Muchos son los elementos que giran en torno a la educación, teniendo en cuenta que el aprendizaje no sólo se trata de memorizar datos, sino entender el porqué de ello y comprender su función; pero también giran otros elementos que han sido considerados herramientas elementales para obtener una mejor calidad de educación.

Las familias de niveles más favorecidos buscan en la escuela un buen “ambiente” para sus hijos, al mismo tiempo que ponen énfasis especial en la actividad deportiva sin olvidar los conocimientos del *status*: el inglés y la computación.<sup>164</sup>

Como lo mencionábamos en la cita anterior, la educación se ha ido entendiendo como la preparación para que los niños, jóvenes que reciben este aprendizaje, estén preparados para trabajar, ilusionándose con grandes riquezas que serán el fruto de su esfuerzo empleado en la educación misma y a su vez, significaría para los padres de familia, una tranquilidad, ya que estando en la escuela, sus hijos no serán presa fácil de las drogas, justo como lo dice Guillermo Jaim Etcheverry:

[...] los requerimientos de los padres en relación con la educación de sus hijos queda claramente evidenciado en un estudio nacional de opinión sobre estos temas promovidos, no hace mucho [...]. Los padres consideran que el principal objetivo hacia el que debería orientarse la escuela media es evitar que los jóvenes se inclinen por la droga o el delito (22.4%), seguido por la preparación para el trabajo (21% de las respuestas); mientras que un porcentaje menor piensa que la experiencia escolar debe brindar información (12%), desarrollar habilidades para resolver problemas (8%) o estimular el aprendizaje (8%).<sup>165</sup>

---

<sup>163</sup> Etcheverry, Guillermo Jaim, *ibidem*, 118, p. 50.

<sup>164</sup> *Ídem*.

<sup>165</sup> *Ibidem*, p. 51

Como podemos apreciar, el estudio realizado por el Ministerio de Educación de la Nación de Buenos Aires,<sup>166</sup> nos demuestra una vez más lo que a nuestra investigación interesa, comprender los estándares, que nuestra sociedad actualmente tiene interés ante la formación educativa.

Los estudiantes están poco interesados en los aspectos académicos de la educación y la consideran crecientemente como un medio de aumentar sus ingresos económicos y, cada vez menos, como una oportunidad de expansión mental. Efectivamente, cuando se les pregunta acerca de los objetivos considerados importantes o esenciales para su vida, el 75% estima esencial o muy importante “estar muy bien desde el punto de vista financiero”. En cambio, sólo el 41% asigna similar trascendencia a “desarrollar una filosofía significativa de vida” lo sugestivo es que, en 1968, los porcentajes eran inversos: el 41% asignaba gran importancia a la seguridad financiera que el 83% privilegiaba el desarrollo de una filosofía significativa de vida.

Tales valores ejercen una profunda influencia sobre la visión que los jóvenes tienen de la educación. En 1998, los estudiantes declararon asistir a la universidad más interesados en “conseguir un trabajo mejor” (77%) o “ganar más dinero” (75%) que en “logran una educación general y una mejor apreciación de las ideas” (62%).<sup>167</sup>

Tras este breve análisis, podemos decir que, la mayoría de los jóvenes no tienen gran interés en conocer, aprender, la cultura, la historia y demás ciencias, sino únicamente están interesados en alcanzar una formación que les permita alcanzar logros materiales.

*La ignorancia de los jóvenes es nuestra propia ignorancia, que en ellos asumen con envidiable capacidad. Un espejo que nos refleja con una fuerza que, al menos por un instante, incómoda.*

Aprenden lo que también les enseñamos: que no encontrarán en Dante o en Borges, en Miguel Ángel o en Pettoruti, en Shakespeare o en Cortázar, que les sirva para escalar la cumbre de nuestra pirámide social. El objetivo es obtener, y pronto, mucho dinero. La actividad intelectual es para gente rara. Ratas de biblioteca. Perdedores. Tal vez no podamos estar orgullosos de lo que enseñamos a los jóvenes, pero si podemos estarlo por lo bien que aprenden las lecciones que les damos con nuestro ejemplo.<sup>168</sup>

Los medios de comunicación, juegan también un papel muy importante, ya que ellos, tienen la facultad de atraer la atención de la mayoría de los jóvenes, que con sus imágenes, sonidos y la forma de interacción que logra, la televisión por ejemplo, permite la enajenación y el poco interés por proporcionarles

---

<sup>166</sup> República Argentina.

<sup>167</sup> Etcheverry, Guillermo Jaim, *ibidem*, p. 64.

<sup>168</sup> *Ídem*.

herramientas, como ella misma puede ser, un vínculo para el desarrollo intelectual de los jóvenes.

Si los medios de difusión más poderosos, que todo lo igualan, distribuyen en el planeta idéntico mensaje y encumbran a cualquier ignorante o amoral en poderoso modelo, ¿Por qué razón ha de desapreciar los jóvenes la ignorancia? *Ejemplares alumnos de la realidad, los jóvenes aprenden bien sus lecciones.*<sup>169</sup>

Considero que, aún nuestra sociedad contemporánea es capaz de salir de esa masa negra en la que está inmersa, la cual, con la ayuda de la televisión, como primer contacto con los medios de comunicación de masas, que lo mencionamos en el punto anterior; se puede lograr que sus contenidos sean de carácter llamativo, divertido y cultural, entendiendo a éste último como el actor principal de la enseñanza y construcción del pensamiento crítico.

Por otra parte podemos decir, que la educación media superior, mejor conocida en nuestro país como bachillerato o preparatoria no simplemente formar una educación donde verdaderamente se aprenda y comprenda el conocimiento y con el apoyo de medios como la televisión, se utilice a ésta como una herramienta útil para el crecimiento y desarrollo educativo y no sólo se comprenda como un simple medio que transmite imágenes y sonidos.

### 3.2 Instituto Politécnico Nacional

EN 1856 empezó a funcionar como la Escuela Nacional de Artes y Oficios (ENAO) para varones por decreto del Presidente Don Ignacio Comonfort.

En 1868 se institucionalizó la capacitación técnica para los jóvenes mexicanos, por decreto del Presidente Don Benito Juárez, en la Escuela Nacional de Artes y Oficios, ubicada en el edificio del Exconvento de San Lorenzo en las calles de Allende y Belisario Domínguez (Centro Histórico del D.F.) donde permaneció por casi 100 años.

En 1916 se transformo en Escuela Práctica de Ingenieros Mecánicos Electricistas (EPIME), siendo Presidente Don Venustiano Carranza.

Su creación representó el punto de partida de la educación técnica moderna de México, constituyendo uno de los factores más valiosos para la industrialización nacional.<sup>170</sup>

El Instituto Politécnico<sup>171</sup> Nacional (IPN), es una gran institución académica en nuestro país, que ha fomentado el desarrollo científico, procurando el avance

<sup>169</sup> Etcheverry, Guillermo Jaim, *ibidem*, p.62. *Ídem*.

<sup>170</sup> Camelo del Río, Luis, "Breve semblanza histórica del IPN" en *Agenda Escolar 1999 – 2000*. Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, "Unidad Culhuacan", México, IPN, 1999, p. 5.

<sup>171</sup> El objetivo Politécnico proviene del griego *Polytechnikós*, que a su vez, deriva de *Polytechnós*, cuyo significado es "ave en distintas partes". Este adjetivo se aplica a cuánto abarca conocimientos de diversas

en marco de la medicina, de la ingeniería y la tecnología, posicionándose de un prestigio reconocido a nivel mundial.

Actualmente es politécnicos en muchos países de uno de ellos han cansado renombre mundial en escuela politécnica de París, fundada en el 1794 cuya iniciativa de Monge y de Carnot como escuela central de trabajos públicos, que recibió su nombre actual un año después: Napoleón Bonaparte la transformó en 1804 en una escuela militar.<sup>172</sup>

Siendo una gran institución que promueve la educación media y superior<sup>173</sup> en México, tiene su aparición en la administración política del entonces Presidente de México Lázaro Cárdenas.

[El] éxito Politécnico Nacional de México ha servido directa o indirectamente de modelos para la creación de otros institutos politécnicos en algunos países latinoamericanos; por ejemplo, en la república de Costa Rica, en 1968, se elabora un proyecto con asesoría del Instituto Politécnico Nacional, para la creación del Instituto Tecnológico Nacional de Cartago y del Instituto Politécnico Nacional de San Ramón.<sup>174</sup>

Pero su existencia se hace presente desde principios del siglo XX, donde “la creación del IPN fue sin lugar a dudas un paso de gran importancia para el desarrollo de México”.<sup>175</sup>

Las labores del instituto siempre se han basado en los principios de justicia social establecidos por los hombres de la reforma y por los precursores de la revolución de 1910; fue precisamente uno de los realizadores de dicha revolución, el presidente Lázaro Cárdenas quien hizo posible la fundación del IPN.<sup>176</sup>

Como bien pudimos considerar, históricamente la educación técnica tiene una presencia muy fuerte en Europa, donde de forma estable existe un lugar donde se atendieran las inquietudes que necesitaba dicha ciudad, que en este caso París, Francia, con su gran desarrollo y teniendo que fomentar su crecimiento, creo una escuela de trabajos públicos, que como lo mencionamos anteriormente, dicha escuela fue convertida en una escuela militar por Napoleón Bonaparte.

---

ramas de la ciencia, y especialmente centro de enseñanza. Con frecuencia figuran la designación propia de alguno de ellos. en León López, Enrique G. *El Instituto Politécnico Nacional. Origen, Evolución Histórica*. 2ª ed., México, IPN, 2002, p. 5.

<sup>172</sup> León López, Enrique G. *ibidem*, p. 6.

<sup>173</sup> Educación Media Superior y Superior, son niveles académicos, que marcan el referente al bachillerato y Universitario respectivamente.

<sup>174</sup> León López, Enrique. G., *ibidem*, p. 7.

<sup>175</sup> *ibidem*, p. 8.

<sup>176</sup> *Ídem*.

Antes de crearse la escuela politécnica en Francia ya existía la Escuela Nacional de Puentes y Calzadas que puede considerarse como la primera escuela de ingeniería en el mundo.

Esta fue creada en 1747 desde entonces tiene como misión formar ingenieros para el cuerpo nacional de puente de Francia, así como ingenieros civiles. También en ese país se creó en 1829 la escuela central de artes y manufacturas que fue la primera destinada a la formación de ingenieros industriales, y posteriormente sirvió de modelo para la fundación de otras escuelas técnicas en otros países europeos.<sup>177</sup>

También nos presenta Enrique León López que...

En países cuyo desarrollo similar al nuestro existen también Institutos Politécnicos creados por esas naciones para poder competir con los demás en los adelantos tecnológicos y sociales. Pueden citarse entre otros la Universidad Técnica de Estambul, el Instituto Politécnico de Israel, La Universidad Nacional de Ingeniería de Lima, Perú y El Instituto Politécnico Nacional de Egipto. El [Instituto] Politécnico Nacional de México puede considerarse en el nivel de estos últimos. En él se imparten carreras que normalmente no están comprendidas entre las que se cursan en casi todos los politécnicos, como medicina, comercio, administración y economía.<sup>178</sup>

Históricamente, León López se encarga de acercarnos de manera muy breve por los antecedentes del Instituto Politécnico Nacional (IPN).

En 1529 [el] fraile Pedro de Gante fundó el colegio de San José, destinada a la enseñanza del idioma castellano y rudimentos de arte industrial, tales como pintura decorativa, herrería artística, escultura en madera y carpintería. Los aspectos de enseñanza industrial destinados a la formación de artesanos desaparecieron de este colegio cuando fue transformado, en 1557 la primera escuela normal del país.

En el año 1905 se creó por primera vez en México en la escuela superior de comercio y administración la carrera de contador de comercio. En el mismo año trató de seguirse un criterio en la enseñanza técnica<sup>179</sup>, que puede considerarse retardador para el desarrollo económico e industrial del país ya que el entonces Secretario de Instrucción Pública trató de resolver el problema de la dotación de talleres y laboratorios así como el relativo a los costos elevados de sostenimiento de las escuelas técnicas simplemente suprimiendo las actividades prácticas.

---

<sup>177</sup> León López, Enrique. G., *ibidem*, p. 10.

<sup>178</sup> *ibidem*, p. 11.

<sup>179</sup> La enseñanza técnica se orienta hacia el estudio de cosas útiles y de los modos de su producción y perfeccionamiento, fuera de toda contemplación de valores humanos. En León López, Enrique. G., *ibidem*, p. 22.

En 1915 la Escuela de Artes y Oficios creada por el presidente Benito Juárez, se transformó por decreto del presidente Venustiano Carranza en la Escuela Práctica de Ingenieros Mecánicos y Electricistas (EPIME).

En 1926 se fundó el Centro Industrial Obrero que más adelante paso a formar parte del IPN como escuela prevocacional y de artes, industrias y oficios se convirtió después en la Vocacional dos.

Tanto en la memoria del estado que guardaba el ramo de la educación pública como la de los años de 1933 y 1934 quedaron expuestos en forma general los lineamientos de la estructura de lo que denomino la escuela politécnica, que comprendía como entidades básicas, la Preparatoria Técnica<sup>180</sup>, los institutos anteriores y paralelos a la preparatoria técnica y a las escuelas de altos estudios.<sup>181</sup>

Y es de esta forma en como se logra el nacimiento del Instituto Politécnico Nacional.

Dentro de las nuevas orientaciones que se dieron a la educación en el régimen del presidente Lázaro Cárdenas se emprendió de manera forma la creación del IPN en 1935.

De acuerdo con el Congreso de la Unión al aprobar en diciembre de 1935 el ingreso para 1936 incluyo el tramo XI, educación pública en lo concerniente al departamento de enseñanza superior, técnica industrial y comercial y en el renglón de servicios personales una partida para la creación de las pautas que fueran necesarias para el instituto.

Cabe observar que el detalle con el que el presidente informaba a la Cámara sobre las adquisiciones que se hacían en el IPN, aun cuando este no había sido creado por medio de ningún decreto o ley, lo que muestra el interés que el presidente tenía, porque principiara a funcionar en forma adecuada independientemente de cualquier documento formal.<sup>182</sup>

Poco a poco, el Instituto Politécnico Nacional (IPN) comenzó a hacer presencia gracias a sus planteles especializados.

El Instituto Politécnico Nacional en un principio estuvo formado por los planteles que formaban inicialmente la denominada institución politécnica, a la que se añadieron la Escuela Nacional de Bacteriología y Parasitología y Fermentaciones creada en 1934 que posteriormente se transformó en la Escuela Nacional de Medicina Homeopática fundada en 1833, pasaron también a depender del IPN las escuelas

---

<sup>180</sup>Se dice que es la columna vertebral de la Politécnica, y que las diversas escuelas de altos estudios técnicos son su última etapa. Es peculiar en cuanto a los estudios de humanidades, ya que en ese entonces su duración era de 4 años y requería solo la primaria. Sus materias fundamentales, eran las matemáticas, la mecánica, la física, la química, el dibujo y los trabajos de laboratorio o talleres. En León López, Enrique. G., *ibidem*, p. 25.

<sup>181</sup>*ibidem*, pp. 12-15.

<sup>182</sup>*ibidem* pp. 29-30.

que comprendían la Preparatoria Técnica, la cual se modificó y dividió en dos ciclos de dos años cada uno: el prevocacional, que comprendía al ciclo básico de la enseñanza media y se consideraba como secundaria técnica y el vocacional correspondiente al ciclo superior a la escuela media superior.<sup>183</sup>

Es en 1937 el año de la fundación del Instituto Politécnico Nacional

1937 fue el año de la fundación oficial del IPN, pues la mañana del 20 de febrero el presidente Lázaro Cárdenas encabezó, en el Palacio de Bellas Artes, la primera “ceremonia solemne” de iniciación de cursos.<sup>184</sup>

En el año de 1937 al iniciar labores el instituto solo dependía de él 6 escuelas prevocacionales en el Distrito Federal, 7 escuelas prevocacionales en diversas ciudades de provincia, y cuatro comerciales, existían también cuatro escuelas vocacionales en la ciudad de México, y la población total que asistía a las escuelas pre y vocacionales era de 13621 estudiantes.<sup>185</sup>

Como contexto nacional, nos plantea el ya citado Enrique León López, que:

Al producirse la expropiación petrolera decretada por el presidente Lázaro Cárdenas el 28 de marzo de 1938, se presentó en México una situación muy difícil, puesto que se habían marchado del país la mayoría de los técnicos que trabajaban con las compañías extranjeras y hubo necesidad de improvisar gran parte del personal que se responsabilizaría de mantener esa industria en operación.

No obstante a partir de 1938, se incrementaron notablemente las actividades las actividades de exploración y perforación para lo cual se utilizó personal egresado de diferentes instituciones del país pero en el caso particular de IPN se emplearon ingenieros y técnicos de de la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (ESIME) y de la Escuela Superior de Ingeniería y Arquitectura (ESIA).<sup>186</sup>

Como hemos podido apreciar, el Instituto Politécnico Nacional (IPN) ha permitido que ciudadanos mexicanos se preparen en los márgenes de la Ingeniería Mecánica, Eléctrica, Médica y Científica, haciéndolos competentes para el desarrollo del país, tal es el caso de las primeras investigaciones realizadas por la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica.

En 1948 la propia ESIME y el M. en C. [i. e. Maestro en Ciencias] Míreles Malpica publicó estudios sobre diseños de transformadores eléctricos y su posible aplicación a la utilización directa de energía nuclear.

---

<sup>183</sup> León López, Enrique. G., *ibídem*, pp. 31-32.

<sup>184</sup> *El IPN. 75 años con México*, México, La Jornada Ediciones, 2011, p. 68.

<sup>185</sup> León López, Enrique. G., *ibídem*, p. 32.

<sup>186</sup> *Ibídem*, p. 33.

Al fundarse el IPN en el ESIME se realizaban un gran número de pruebas de aparatos y materiales eléctricos y se efectuaba la investigación aplicada sobre máquinas térmicas y máquinas hidráulicas.<sup>187</sup>

Así mismo el Instituto Politécnico Nacional ha sido dirigido por:

1936 Ing. Juan de Dios Bátiz Paredes.  
1937 Ing. Roberto Medellín Ostos.  
1938-1939 Ing. Miguel Bernard Perales.  
1939-1940 Dr. Manuel Cerrillo Valdivia.  
1940-1942 Ing. Wilfredo Massieu Pérez.  
1943.1944 Ing. José Laguardia Núñez.  
1944-1947 Dr. Manuel Sandoval Vallarta.  
1947-1948 Ing. Gustavo Alvarado Pier.  
1948-1950 Ing. Alejandro Guillot Schiaffino.  
1950-1953 Ing. Juan Manuel Ramírez Caraza.  
1953-1956 Dr. Rodolfo Fernández Corzo.  
1956-1958 Ing. Alejo Peralta Díaz Ceballos.  
1959-1962 Ing. Eugenio Méndez Docurro.  
1963-1964 Ing. José Antonio Padilla Segura.  
1965-1970 Dr. Guillermo Massieu Helguera.  
1970-1973 Ing. Manuel Zorrilla Carcaño.  
1974-1976 Dr. José Gerstl Valenzuela.  
1976-1979 Ing. Sergio Viñals Padilla.  
1979-1982 Dr. Héctor Mayagoitia Domínguez.  
1982-1985 Ing. Manuel Garza Caballero.  
1985-1988 Dr. Raúl Talán Ramírez.  
1988-1994 Ing. Óscar Joffre Velázquez.  
1994-2000 Ing. Diódoro Guerra Rodríguez.  
2000-2003 Lic. Miguel Ángel Correa Jasso.  
2003-2009 Dr. Enrique Villa Rivera.  
2009 a la fecha Dra. Yoloxóchitl Bustamante Diéz.<sup>188</sup>

Dentro de los descubrimientos y desarrollos que se llevaron a cabo por parte del Instituto Politécnico Nacional, mismo que implemento grados académicos, en los cuales, la Investigación Científica y Tecnológica trasciende para nuestra investigación un dato curioso, el cual es:

Una creación muy importante para el desarrollo de la Investigación en ESIME, fue la creación en el año 1976 por el Dr. Cerrillo, de la Carrera de Comunicaciones y Eléctricas que después se transformaría en Comunicaciones y Electrónica, de la cual han egresado múltiples profesionales que posteriormente se han incorporado a las labores de investigación tanto del IPN como en el extranjero, también en ESIME en

---

<sup>187</sup> León López, Enrique. G., *ibídem*, p. 75.

<sup>188</sup> El IPN, *ibídem*.

el año de 1937 se instaló la primera estación experimental de TV que hubo en México.

A mediados de 1961 el Consejo Técnico Consultivo general del IPN promovió la implantación formal de cursos de graduados para la obtención de maestrías y doctorados, en diferentes escuelas profesionales del Instituto, consecuentemente en la Escuela Nacional de Ciencias Biológicas se iniciaron los cursos para las maestrías y doctorados en Biología y Microbiología.

Los primeros trabajos de esta dirección consistieron en fijar distintos procedimientos para el otorgamiento de los graduados de maestro y doctor en ciencias.<sup>189</sup>

Gracias a los alcances que ha logrado el Instituto Politécnico Nacional,<sup>190</sup> se ha posicionado como una institución con alta demanda académica, reflejo de la calidad en su enseñanza.

Con la misión y la vocación inalterables de formar científicos, tecnólogos y técnicos con preparación y conocimientos sobresalientes para impulsar el desarrollo de México, el Instituto Politécnico Nacional [...] es actualmente una de las casas de estudio clave en el sistema educativo del país.

Nacionalista en su identidad y factor permanente de movilidad social desde su origen, ambas condiciones ubican su lema, “la técnica al servicio de la patria”, en un plano mucho mayor al de sólo identificar la orgullosa procedencia de su comunidad de estudiantes, egresados, académicos e investigadores.

Al erigirse a partir de un proyecto de nación definido por Lázaro Cárdenas, esa frase es ante todo –aseguran politécnicos– expresión de su compromiso con el país.

El IPN trabaja con un modelo de enseñanza diseñado para formar primordialmente a hijos de obreros, campesinos y, en general, de los trabajadores.

Se define como institución pública, gratuita y laica. Sus aulas nunca han puesto restricciones a la procedencia, ni al género de los solicitantes.

Además de preparar mano de obra altamente calificada, se ha impuesto la misión de alentar la investigación y la creación de tecnología, con el propósito de aportar soluciones a los retos del crecimiento económico, la salud y el despegue y la consolidación industriales de México.

Su modelo educativo privilegia asimismo la formación de profesionales con visión crítica y constructiva, y ubica a maestros e investigadores como su más sólido pilar.

Si bien el IPN no escapa al individualismo, signo de los tiempos, los criterios constitucionales de enseñanza e investigación promueven una formación integral y de alta calidad, orientada a las necesidades de

---

<sup>189</sup>EL IPN, 75 años con México, *ibidem*, pp. 76-77

<sup>190</sup>Instituto Politécnico Nacional. En línea, internet 17 de agosto de 2011, disponible: [www.ipn.mx](http://www.ipn.mx)

aprendizaje con acento en la innovación, el desarrollo de la capacidad creativa y el uso intensivo de las tecnologías de la información.

El objetivo central –subrayan las autoridades del instituto- es que los egresados alcancen un desarrollo exitoso en el mercado laboral y mantengan una actitud de estudio y capacitación permanentes.<sup>191</sup>

Gracias a las carreras que ofrece a nivel Medio Superior y Superior, divididas en tres áreas (Ingeniería y Ciencias Físico-Matemáticas, Ciencias Médico-Biológicas y Ciencias Sociales y Administrativas) han dado grandes aportaciones para el desarrollo de nuestro país.

Actualmente el IPN tiene presencia –instalaciones académicas, centros de investigación y docencia, cursos, entre otros- en 17 estados. Para cumplir con sus programas de formación cuenta con 81 unidades académicas en 25 ciudades.

Dichas unidades se integran con 16 centros de educación media superior en la zona metropolitana del valle de México; un centro de estudios tecnológicos; 26 unidades de nivel superior; 20 centros de investigación científica y tecnológica 12 centros de educación continua y a distancia; dos unidades de apoyo al fomento y desarrollo empresarial, y tres unidades de apoyo educativo.

Su patrimonio institucional incluye 94 predios y 141 inmuebles. En ellos dispone de 2 mil 461 aulas, 136 talleres, mil 482 laboratorios y 3 mil 18 cubículos.

Con esta infraestructura, el IPN educa a 155 mil 585 alumnos. De ellos, 55 mil 371 están inscritos en los programas de educación media superior (las llamadas vocacionales); 94 mil 300 asisten a escuelas y unidades académicas de formación superior (licenciaturas), y 6 mil 184 son alumnos en alguna maestría o doctorado.

En cuanto a su presencia por género, acuden a sus aulas 19 mil 890 alumnas en bachillerato y 35 mil 481 hombres. En licenciatura, también se refleja mayor presencia masculina, con 55 mil 827 varones por 38 mil 203 mujeres, mientras que en posgrado están inscritos 3 mil 605 hombres y 2 mil 579 mujeres.

.....  
En cuanto al personal docente, el instituto tiene una planilla de 3 mil 786 profesores en el nivel medio superior y 8 mil 684 para educación superior y posgrado, con un total de 12 mil 470 mentores.

En el IPN laboran, asimismo, 765 académicos que ocupan algunos de los tres niveles del Sistema Nacional de Investigadores (SIN).

Su acervo bibliohemerográfico representa una de las principales herramientas formativas: 1,7 millones de volúmenes distribuidos en 72 bibliotecas ubicadas en escuelas, centros y unidades académicas, así como una colección institucional con 436 mil 606 títulos y 1.3 millones de volúmenes disponibles.<sup>192</sup>

---

<sup>191</sup>El IPN, 75 años con México, *ibidem*, p. 132.

<sup>192</sup>*Ibidem*, pp. 132-136.

El Instituto Politécnico Nacional, tiene elementos que lo identifican como lo es su escudo:



A mediados de los años 40, el estudiante Armando López Fonseca obtuvo el primer lugar en el certamen convocado por la Federación Nacional de Estudiantes Técnicos (FNET) para diseñar el escudo del Instituto Politécnico Nacional (IPN). Su proyecto consistió en unir por medio de cuatro elementos a todas las escuelas del instituto. Usó, además de las siglas, un engranaje en representación de las ingenierías mecánicas, una torre como símbolo de la ingeniería civil, un matraz para las ciencias médico-biológicas y una balanza para las de comercio y economía. Con la ayuda de su compañero Jorge Grajales, experto dibujante, plasmó una imagen que hasta la fecha, y con muy pocos cambios, sigue representando al Politécnico.<sup>193</sup>

#### Lema:

A pesar de que la leyenda “La técnica al servicio de una Patria mejor” era usado por alumnos de escuelas técnicas antes de la creación del instituto, fue hasta 1937, durante el primer Congreso Nacional de Estudiantes Técnicos, cuando se adoptó de forma oficial para identificar al IPN. El entonces dirigente de la FNET, Jesús Robles Martínez, impulsó esta decisión. Con los años, el enunciado se modificó por “La técnica al servicio de la patria”.<sup>194</sup>

#### Himno:

En 1960, previo a la conmemoración del 25 aniversario de la fundación del IPN se convocó a un concurso para la letra y música de su himno. El tema ganador fue escrito por Carmen de la Fuente, poeta y maestra de generaciones de politécnicos en las asignaturas de español y literatura. La música es de Armando González Domínguez, compositor y director de orquesta, quien ingresó al Politécnico en 1957 al Departamento de Acción Social, durante la ceremonia oficial a propósito del primer cuarto

---

<sup>193</sup>El IPN. 75 años con México, *ibidem*, p. 280

<sup>194</sup>*Ídem*.

del siglo del instituto, se interpretó por primera ocasión ante el entonces presidente Adolfo López Mateos.<sup>195</sup>

#### Porra:

Como otros símbolos, la porra del IPN está vinculada a sus actividades deportivas. Su entusiasmo por el fútbol americano impulsó a Víctor Chambón Burgoa, estudiante de la Escuela Superior de Comercio y Administración e integrante del equipo de los Burros Blancos, a crear una arenga de apoyo a los jugadores politécnicos. En 1987, en una entrevista, narró que en 1937 comenzaban a surgir los grupos de animación en los partidos, y como en aquel entonces el grito para convocar a los estudiantes del Politécnico era ¡huelga, huelga!, de ahí derivó el famoso ¡huelum, huelum!<sup>196</sup>

#### Colores:

El Politécnico se ha pintado de guinda y blanco casi desde su fundación. Esta elección se remonta a 1937, cuando los jugadores del equipo de fútbol americano sometieron a votación la cromática que los identificaría en el campo de juego. Debido a que la mayoría procedían de la Escuela Superior de Comercio y Administración, que en aquella época usaba el albiguinda para identificar sus instalaciones, se decidió que también serían los colores representativos de los Burros Blancos, y de ahí pasaron a ser los del IPN.<sup>197</sup>

El Instituto Politécnico Nacional, es una gran institución académica en nuestro país, al igual que la Universidad Nacional Autónoma de México, se ha posicionado de prestigio como institución académica, a nivel nacional y extranjera gracias al desarrollo que ha logrado sobre todo en las ingenierías, sin olvidar también, que forma parte del pilar educativo en los niveles medio superior y superior.

#### *3.2.1 Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos No. 12 “José María Morelos y Pavón”*

Como hemos visto en el desarrollo del tema del IPN, desde la intención de fundar en México un sistema educativo técnico que capacitara los principales oficios, se crearon y desaparecieron diversas instituciones, debido a la falta de recursos y sobre todo, a la ausencia de un verdadero proyecto educativo que abandono la extinción de esos intentos.

---

<sup>195</sup> *Ibidem*, p. 280.

<sup>196</sup> El IPN. 75 años con México, *ibidem*, p 280.

<sup>197</sup> *Ídem*.

Fue en los años 30 cuando un destacado grupo de intelectuales progresistas, encabezado por Juan de Dios Bátiz Paredes, hizo una profunda revisión a los planes de estudio de la enseñanza técnica, industrial y comercial que entonces se impartía.

Como jefe del Departamento de Enseñanzas Técnica, Industrial y Comercial, Bátiz Paredes esa comisión con Miguel Bernard, J. Arturo Pichardo, Juan de Dios Hernández, Emilio Valenzuela, Vicente Falco Treviño, Everardo Cruz, José Velasco, Luis V. Massieu y José P. Cacho. En 1931 propusieron crear la Escuela Nacional Politécnica (ENP) [...] se buscó reorganizar y agrupar las escuelas técnicas, comerciales e industriales existentes. Al iniciativa consistió en hacer de los planteles parte de un sistema educativo con un objetivo claro en su formación: fortalecer y definir los niveles curriculares, y tener la capacidad de formar a los jóvenes una vez concluida su educación primaria o elemental.<sup>198</sup>

Gracias a la idea de reorganizar y establecer las formas educativas de manera adecuada, dando origen a la preparatoria técnica, que después se le denomina, vocacional, ahora conocidas como Centros de Estudios Científicos y Tecnológicos.

La llamada preparatoria técnica, establecida en 1932, se dividió en dos ciclos con duración de dos años, respectivamente prevocacional y vocacional.

Como su objetivo fue ofrecer educación técnica y secundaria, hubo conflicto con el Departamento de Enseñanza Secundaria de la SEP. Así que se integró una comisión para determinar las características de cada modelo y tipo de escuela, y evitar duplicidades.

En su anteproyecto del IPN, Bátiz Paredes estableció el objetivo de la enseñanza prevocacional: “Cumpliendo los propósitos que para los estudios posprimarios en adelante se expone, este ciclo se desarrollará con planes de estudios de dos años. Siendo requisito de inscripción sólo el haber cursado el sexto grado de educación primaria, tener 12 años de edad y reunir favorables condiciones físicas y morales. Este ciclo es el único obligatorio como precedente para el segundo ciclo vocacional.

En el primer año se impartiría aritmética, álgebra, geografía física y de México, castellano, inglés, biología botánica y zoológica, dibujo natural, modelado, cultura física, jardinería y horticultura, ajuste y cría de animales. En el segundo, se cursaba geometría plana, del espacio, trigonometría y rectilínea, historia universal y de México, castellanos, inglés, biología –que incluía nociones de anatomía-. Fisiología e higiene, dibujo lineal y geométrico, cultura física, herrería, electricidad, prácticas comerciales, carpintería, hojalatería e higiene social. En 1937 esta instrucción se amplió a tres años.

A su vez, la vocacional quedó dividida en tres áreas: Ciencias Físico-Matemáticas, Ciencias Biológicas y Ciencias Sociales, con

---

<sup>198</sup> El IPN. 75 años con México, *ibidem*, pp. 144-145.

duración de dos años de estudio. Se buscaba que el alumno accediera a una enseñanza especializada y, una vez conocidas las posibles opciones de formación técnica, optara por trabajar y egresar como obrero especializado o seguir a una de las escuelas superiores.<sup>199</sup>

Después de la desintegración de las prevocacionales que evocaron en 1969, dio origen la desconcentración de las escuelas del instituto, lo cual afectó de manera significativa al resto de los planteles vocacionales.

Durante los años 70 continuó el proceso de reestructuración académica, y las escuelas de enseñanza media superior se convirtieron en Centros de Estudios Científicos y Tecnológicos (CECyT), con ciclos de tres años.

Hoy en día, cuatro décadas después, el IPN suma ya 15 CECyT, más el centro Walter Cross Buchanan, donde aplica un modelo de bachillerato bivalente, para la formación de personal técnico de alto nivel en las ingenierías.

Desde abril del 2008, el instituto cuenta con un programa de bachillerato bivalente a distancia vía internet, para atender la creciente demanda de educación media superior, con especialidades de técnico químico farmacéutico, técnico en desarrollo de software y técnico en administración de recursos humanos.<sup>200</sup>

Su matrícula actual:

Para el ciclo 2010.2011, el IPN atiende a 55 mil 371 alumnos en el nivel bachillerato; de los 37 mil 136 están inscritos en alguno de los 10 planteles de las ingenierías y las ciencias físico-matemáticas; 5 mil 848 estudian en alguno de los dos planteles de ciencias médico-biológicas, y 12 mil 387 más en alguno de los cuatro CECyT de ciencias sociales administrativas.

Para atender a esta población estudiantil, el Politécnico cuenta con 3 mil 786 profesores, de los cuales mil 216 son de tiempo completo.

La consolidación de un modelo educativo con más de 75 años de experiencia, ha logrado que en la primera década del siglo XXI poco más de 116 mil jóvenes concluyeran su bachillerato en las aulas del instituto.

Actualmente, el IPN ofrece a quienes cursan la educación media superior, la posibilidad de optar por alguna especialización en los planteles de ciencias médico-biológicas como: técnico en ecología, enfermería, alimentos, laboratorista clínico, laboratorista químico y químico farmacéutico. Este último se imparte en la modalidad no presencial.

Si cursan ciencias sociales y administrativas, pueden egresar como técnicos en comercio internacional, contaduría, informática, administración de empresas turísticas y administración de recursos

---

<sup>199</sup> El IPN. 75 años con México, *op. cit.*, nota 190, pp. 146-147.

<sup>200</sup> *Ibidem*, p. 150.

humanos –cuyas clases se imparten mediante una plataforma virtual-. Y mercadotecnia.

También pueden optar por las ingenierías y ciencias físico-matemáticas, con especialización de técnico en construcción, procesos industriales, sistemas de control eléctrico, sistemas digitales, aeronáutica, dibujo asistido por computadora, diseño gráfico digital, máquinas con sistemas automatizados, metalurgia, sistemas automotrices, computación, manufactura asistida por computadora, instalaciones y mantenimiento eléctrico, soldadura industrial, plásticos, mantenimiento industrial y desarrollo de software, el cual se imparte en línea.<sup>201</sup>

Como preámbulo a nuestra investigación, aplicaremos 60 encuestas a jóvenes estudiantes del nivel Medio Superior del Instituto Politécnico Nacional, en este caso del Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos (CECyT) No. 12.

Ante el crecimiento de la población estudiantil de la única escuela vocacional; en el área de las ciencias sociales del Instituto Politécnico Nacional la Vocacional 5 instalada en la Ciudadela, se creó la Escuela Vocacional de Ciencias Sociales Plantel Jacarandas. En 1971 se aplicó en el plantel el ciclo vocacional formativo, con tres años de duración y modalidad bivalente para bachillerato tecnológico y carrera terminal, con opción a titulación. Por esta reforma educativa el plantel recibió el nombre de Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos “José María Morelos y Pavón”.

Impartiendo las carreras técnicas en:

- Técnico en Administración.
- Técnico en Contaduría.
- Técnico en Informática.<sup>202</sup>

Como podemos dar cuenta, el Instituto Politécnico Nacional, es una institución académica con gran prestigio nacional e internacional, que a la par de otras dependencias educativas, ha sobresalido gracias a sus contribuciones técnicas y científicas.

Su estructura académica ha permitido que sus alumnos hoy en día sean personas capaces de enfrentar retos y construir triunfos, sin dejar de lado la importancia de contar con un cuerpo docente capaz y preparado para transmitir los valores y el conocimiento, haciendo de la cultura una herramienta para el crecimiento y desarrollo humano.

Los CECyT cada uno en particular además de tener un nombre propio diferente, teniendo su propio escudo, en el cual muestran su misión educativa a través de diversos elementos que los caracterizan, para el plantel No. 12 “José María Morelos y Pavón” se presenta:

---

<sup>201</sup> El IPN. 75 años con México, *ibídem*, pp. 150-151.

<sup>202</sup> Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos número 12. En línea, internet 17 de agosto de 2011, disponible: [www.ipn.netii.net/voca12.html](http://www.ipn.netii.net/voca12.html)



En marzo de 1993 el director del plantel C.P. Román Bonilla Carrión emitió una convocatoria a la comunidad estudiantil, al personal docente, no docente y egresados, con motivo de los 21 años de la creación de esta Escuela, por lo cual consideró necesaria la elaboración de un “logotipo” representativo para el Plantel; en ella se otorgaban premios a los tres primeros lugares; resultando electo el 25 de mayo por el jurado calificados \_de 66 trabajos presentados- el elaborado por el Lic. Jesús Bonilla Álvarez, el monto de su premio fue de \$1500.00 recibiendo además medalla y diploma

Colores distintivos aprobados: Guinda y blanco

Descripción de sus elementos:

1. Una figura circular, símbolo de perfección en la Geometría.
2. Dentro del círculo con perspectiva plana están tres ángulos, dos de noventa grados en la parte media superior y uno de ciento ochenta grados en la parte media inferior.
3. Dentro del primer ángulo superior izquierdo se ubican bordeando en circunferencia, los caracteres de las siglas de Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos y las primeras letras del nombre propio del prócer insurgente José María Morelos y Pavón.
4. Al centro del ángulo izquierdo se encuentra la silueta de un “Calmecac”, casa donde estudiaban los jóvenes de la cultura mexicana.
5. Dentro del “Calmecac”, en la parte inferior izquierda está anotado el número doce, representando la nomenclatura institucional que le corresponde al plantel.
6. El segundo ángulo superior derecho están contempladas en el borde de su circunferencia, las iniciales que identifican al Instituto Politécnico Nacional.
7. Al centro de este mismo ángulo, se plasma en primer lugar una gráfica de barras que simboliza la especialidad de Técnico en Administración; en segundo término una gráfica financiera, que representa la especialidad de Contaduría; y en tercer lugar está delineado el contorno de una microcomputadora que simboliza la especialidad de Informática.
8. En el ángulo de la parte media inferior de oriente a poniente, está graficado el “Caduceo de mercurio” emblema universal

del comercio, el cual, está enmarcado por la parte inferior a manera de circunferencia de ciento ochenta grados por un engrane que identifica al Instituto Politécnico Nacional.

9. En conjunto, significa la conexión cultural que existe entre el pasado y el presente, considerando los orígenes de la Educación Tecnológica Politécnica en la rama de Ciencias Sociales y Administrativas.<sup>203</sup>

Tomando en cuenta que el CECyT No. 12 “José María Morelos y Pavón, tiene una población aproximada<sup>204</sup> de 3,277 de alumnos los cuales 1,280 son de nuevo ingreso; 1,736 son de re-ingreso y 261 son repetidores, quienes toman clases en diferentes modalidades de horarios: matutino y vespertino, siendo que la demanda que tiene este plantel por parte de los alumnos es tan fuerte que exige la opción de un tercer turno, el mixto, mismo que permite un mayor alcance a la demanda.

### 3.3 *Los usos y servicios de Internet en la educación*

Desde el acceso de tener una computadora personal en casa, ésta con el avance tecnológico, la ha convertido en una necesidad, que va adquiriendo mayor presencia en los hogares y sobre todo en los trabajos, transformándose en una herramienta muy útil para realizar cualquier actividad sea laboral, académica o personal. Pero no sólo se trata de un aparato que logra simplificar y ordenar miles de documentos en un lugar y a espacio reducido, sino también con la presencia del internet, entendiéndola como aquella red que permite la comunicación instantánea, se ha convertido en una herramienta elemental para el ejercicio eficaz de la búsqueda de datos.

La educación vive un tiempo revolucionario, cargado por lo mismo de esperanzas e incertidumbres. Donde esto se manifiesta con mayor claridad es en el acercamiento de la educación a las nuevas tecnologías de la información y comunicación.<sup>205</sup>

En la actualidad, el internet está remplazando a la técnica de la investigación e interacción con los libros, ya que este medio no fomenta la construcción de una búsqueda detallada, sino que con solo escribir el tema a tratar, de manera inmediata aparecen los resultados cercanos a la búsqueda de interés,

---

<sup>203</sup>Escudos del IPN y de sus escuelas, centros y unidades. En línea, internet 5 de octubre de 2011, disponible: [http://www.decanato.ipn.mx/pdf/escudos\\_ipn.pdf](http://www.decanato.ipn.mx/pdf/escudos_ipn.pdf)

<sup>204</sup>Informe anual de actividades. En línea, internet 5 de octubre de 2011, disponible: <http://www.direval.ipn.mx/WPS/WCM/CONNECT/5C55528044A663279C8BDC4D1CF18BF/APENDICES3BCD.PDF?MOD=AJPERES>

<sup>205</sup>Brünner, José Joaquín, *Educación e internet. ¿la próxima revolución?*, Chile, Fondo de Cultura Económica, 2003, p. 9.

El computador es usado como una prolongación del lápiz, la tiza y el pizarrón. En el mejor de los casos es visto como un apoyo para traspasar información y volver más eficientes las rutinas de adquisición del conocimiento.<sup>206</sup>

Este novedoso invento que permite la interacción en muchas ocasiones de manera virtual, también se permite la realización de otras actividades, haciéndose presente en diferentes momentos de la vida diaria, tal y como lo dice José Antonio Millán.

La exploración de estos universos virtuales precisa de una interfase que vaya más allá del simple teclado: los sistemas avanzados utilizan un casco de visión total, y unos guantes que pueden transmitir movimientos y sensaciones de contacto [...]. La gran revolución contemporánea están siendo sin duda las redes electrónicas, constituidas por ordenadores que se conectan entre sí. Hay muchas redes: unas privadas, otras públicas; unas de pago, otras gratuitas. El conjunto de todas ellas es lo que algunos llaman ciberespacio. La gente usa la conexión electrónica remota para trabajar, para investigar, para relacionarse o para el ocio.

El precedente más ilustre, el *Minitel* (celular), que ahora conecta más de cinco millones de franceses, cuenta ya casi más de una década de uso, pero en la actualidad la red más extendida es la Internet, que básicamente es un vehículo de intercambio de información entre ordenadores.<sup>207</sup>

Pero qué ocurre con la educación:

Quizás uno de los campos en el que las redes avanzadas pueden introducir más cambios sea el de la educación. La esencia del acto docente –un pacto entre enseñante y alumnos, unos contenidos o habilidades que estos tienen que adquirir, el recurso a unas fuentes de información y unas coordenadas temporales en que se desarrolla todo– ha encontrado ahora un medio versátil y paradójicamente caliente, en el que están surgiendo nuevas modalidades de transmisión de saber.

Todo cambio que afecte a la educación encuentra grandes resistencias. Son muchos los intereses que hay en torno a ella, tanto económicos y políticos como relacionados con la inercia o el desencanto de los profesionales que la llevan a cabo. “Pero, felizmente, en la educación hay una especie de Caballo de Troya, que es el ordenador: cuando metes algo en el ordenador, la gente piensa en cierta manera que es mágico” [...].

En educación nos encontramos ante una revolución en curso, que se va a desarrollar en cuatro frentes:

---

<sup>206</sup>Brünner, José Joaquín, *ibidem*, p. 126.

<sup>207</sup>Millán, José Antonio, *De redes y saberes. Cultura y educación en las nuevas tecnologías*, Madrid, Aula XXI, Santillana, 1998, p. 31-32.

- La dinámica profesional está exigiendo la formación permanente de empleados y directivos.
  - Por otra parte, las jubilaciones tempranas y el alargamiento de las esperanzas de vida crea una población de edad con tiempo libre, que también se va dedicando cada vez más a la formación.
  - Los crecientes costes de desplazamiento y la distribución dispersa de la población en muchas zonas hace que se incrementen las enseñanzas “a distancia”, regladas o no.
  - Por último, los estudiantes de enseñanzas regladas ven aumentadas sus sesiones lectivas con clases complementarias.
- Estos cuatro públicos objetivos para la enseñanza mediante redes tendrán necesidades distintas que exigirán el desarrollo de estrategias específicas: la capacitación profesional de empleados [...] el sector que está acumulando una mayor experiencia es el de enseñanzas complementarias a estudiantes, sobre todo en el campo de los idiomas, y ya existen asociaciones y reuniones internacionales dedicadas a la discusión de resultados.<sup>208</sup>

Para nuestra investigación es muy importante conocer que en nuestra actualidad la educación ya no se presenta en las aulas, sino también, en el internet, para ello, seguiremos abordar las ideas de José Antonio Millán, quien maneja el tema de los medios de comunicación, como la internet y los jóvenes estudiantes:

Para el público joven, las tecnologías de la información y la comunicación tienen un gran atractivo. Esto hace que cuando sirven de vehículo para la educación incrementan la motivación, que tanta importancia tiene en la función del docente, aunque también existe el peligro real de que el interés se desvíe desde los contenidos hacia el medio mismo. Por eso una parte importante de la existencia de enseñanza por línea en el aula hace hincapié en el control de los alumnos, la planificación de las actividades y el seguimiento de su desarrollo. Por otro lado, no faltan quienes consideran la formación en el manejo de redes avanzadas como un logro suplementario que obtienen los usuarios de estos sistemas de aprendizaje.<sup>209</sup>

Es importante conocer y comprender lo que hemos venido planteando en el desarrollo de esta investigación, justificando que con el paso del tiempo, la presencia de la tecnología hace más estrecha la relación de los adolescentes y los medios de comunicación, para este caso en específico.

Hacia 1995 [...] estudiantes de la Facultad de Pedagogía de la Universidad de Barcelona no utilizaban habitualmente los ordenadores en proporción de 10 a 1. En 1999 esa proporción había cambiado, aproximadamente, a 3 a 1. En el 2002 prácticamente todos utilizaban

---

<sup>208</sup> Millán, José Antonio, *ibidem*, pp. 95-96.

<sup>209</sup> *ibidem*, p. 96.

algunas aplicaciones como el correo electrónico, los navegadores de Internet o el procesador de textos a diferencia de otras tecnologías.<sup>210</sup>

El espectro del uso de internet es tan amplio que, como lo mencionábamos en citas anteriores, éste nuevo elemento ha transformado a las comunicaciones, donde la computadora en específico ha adquirido la característica de ser una herramienta multifuncional.

Bajo la forma de aprender con la tecnología y de la tecnología, ha sido utilizada por muchos autores [...].

El horizonte siempre ha dibujado la idea de que los ordenadores pueden sustituir total o parcialmente a los profesores por que los alumnos pueden aprender de ellos (de las aplicaciones programadas para enseñar un contenido determinado). De hecho, toda la idea de producir software educativo está basada, en diversas medidas, en este presupuesto: los ordenadores como máquinas de enseñar.<sup>211</sup>

Consideramos que es muy importante la interacción del alumno con la institución (escuela), ya que en ella no sólo se educa, sino también de manera inconsciente se instruye en él, a tener un margen de tiempo para cumplir con sus actividades, creando hábitos que le proporcionen un orden y cumplimiento y de esta manera poder adaptarse a la sociedad, misma que establece valores y normas.

Gran parte de las resistencias que encuentran los procedimientos de enseñanza por línea provienen de una cuestión más ideológica que técnica. Quienes creen que el único contacto real es el que establecen aquellas personas que hablan en el mismo espacio y al mismo tiempo repudiarán todos los intentos de educación a través de las redes avanzadas como algo deshumanizado y tecnificado. La realidad es que los seres humanos se comunican por cualquier procedimiento, y que los sectores que en el aula están en mayor inferioridad de condiciones (por problemas de lenguaje, timidez, raza o sexo) pueden encontrar liberador el contacto electrónico. El acceso a recursos bibliográficos o cartográficos a través de las redes es otro factor de democratización que no puede desdeñarse.

No se puede olvidar que, en último extremo, la formación de los formadores y la educación de los educadores es el paso previo a la necesaria "reconfiguración del estudiante". Pero la extensión del uso de redes avanzadas en nuestra sociedad no depende sólo de la voluntad de cambio didáctico: el abaratamiento de las comunicaciones y la difusión de las tecnologías necesarias son los requisitos imprescindibles para entrar en la revolución que se avecina.<sup>212</sup>

---

<sup>210</sup>Rodríguez Illera, José Luis, *El aprendizaje virtual. Enseñar y aprender en la era digital*, Argentina, Ediciones Homo Sapiens, 2004, p. 11.

<sup>211</sup>*Ibidem*, p. 29.

<sup>212</sup> Millán, José Antonio, *ibidem*, p. 99.

Consideramos pertinente aclarar que el uso de internet es una excelente herramienta, pero no es ideal para establecer realidades virtuales, dejando en el simple hecho, que es innecesaria la interacción presencial del alumno ante una autoridad como lo es el profesor quien lo va dirigiendo a comprender un conocimiento, analizando que esa es la tarea del profesor, transmitir sus conocimientos y que éstos a su vez sean adquiridos y analizados por el alumno receptor, quien con su construcción de juicio crítico le aplicará la finalidad de conocimiento.

La idea es, pues, que los sujetos aprendan con las aplicaciones informáticas (no con la tecnología o con los ordenadores de manera genérica) a hacer cosas. El aprendizaje está aquí pensado como generación de acciones novedosas. Las herramientas tradicionales para dibujar y crear gráficos han sido, hasta hace muy poco, el papel y el lápiz: la forma exacta de una forma, el color de relleno o del contorno, la sombra para dar profundidad, y todos los otros aspectos que determinan la creación gráfica dependían de la capacidad de representación visual, de la habilidad motriz, y de otros elementos como la capacidad estética. Es evidente que las nuevas herramientas informáticas no suplen algunos de ellos, y, desde luego, no garantizan las cuestiones complejas de composición entre varios gráficos, pero sí que permiten transformar la herramienta: del lápiz al ratón, del papel a la pantalla, de la caja de colores a un selector con profundidades de 24 bit (millones de colores), de la regla y el compás a la herramienta para dibujar líneas o circunferencias, del aerógrafo al aerógrafo “electrónico”, así como añaden muchas otras no existentes en el mundo de los objetos “reales”, o permiten generar transformaciones impensables fuera de la pantalla.

Lo importante de esta concepción sobre la tecnología no es sólo el resultado concreto que se logra, mejor o peor, sino el cambio cognitivo que supone: trabajar con un editor gráfico conlleva desaprender las habilidades manuales que la herramienta nos permite, o simplemente no haberlas aprendido nunca, y, sobre todo, ser capaz de crear objetos y documentos nuevos sin saber hacerlo de ninguna otra manera. Es decir, replantea algunas cuestiones básicas sobre la relación entre el aprendizaje y la acción, e incluso entre el aprendizaje y la educación.<sup>213</sup>

La presencia de los medios de comunicación cada día se hace más fuerte, como hemos visto, la televisión ha adquirido el adjetivo por algunos autores de omnipresente, al igual que el desarrollo tecnológico quien ha conseguido marcar una relación entre el internet y la educación, donde la determinamos a ésta, como una relación ambigua que presenta dos criterios entre sí, el primero, nos permite demostrar que el internet es una herramienta de la cual podemos aprovechar su eficiencia y su fácil acceso y manejo ante la búsqueda de datos, intercambio de ideas y la generación de interacciones entre los usuarios, convirtiéndose así en

---

<sup>213</sup> Rodríguez Illera, José Luis, *ibidem*, p. 31.

sociedades virtuales, conocidas como redes sociales, mientras por otro lado, consideramos que el sistema educativo corre el riesgo de ser remplazado por el aprendizaje práctico, causado por la comodidad que ofrecen estos medios, dejando a la escuela y a la experiencia misma de vivirla al borde de un abismo, donde la interacción física en primera instancia se perdería ante la presencia tan fuerte que existe del desarrollo tecnológico, como lo es, el internet.

### 3.4 La hermenéutica de la influencia mediática a través de la teoría de Max Weber

Como es de gran interés para esta investigación partiremos de la teoría weberiana, lo que denominamos influencia. Como lo mencionábamos en el apartado cuarto del primer capítulo, el *tipo ideal* como el reflejo adquirido de patrones que permitirán establecer un patrón como común denominador. Tal y como titulamos en este apartado, debemos de comprender el sentido del concepto: *Hermenéutica*.<sup>214</sup>

En la filosofía es la doctrina idealista según la cual los hechos sociales (y quizás también los naturales) son símbolos o textos que deben interpretarse en lugar de describirse y explicarse objetivamente. Significa que alguna cosa es vuelta *comprensible* o *llevada a la comprensión*. Se considera que el término deriva del nombre del dios griego Hermes, el mensajero, al que los griegos atribuían el origen del lenguaje y la escritura y al que consideraban patrono de la comunicación y el entendimiento humano: lo cierto es que este término originalmente expresaba la comprensión y explicación de una sentencia oscura y enigmática de los dioses u oráculo, que precisaba una interpretación correcta.<sup>215</sup>

La interpretación que le daremos al tipo ideal, desde la perspectiva de Max Weber en relación a los programas que se transmiten por la televisión, es que estos han logrado permearse en la vida de los adolescentes, desde la función de entretener, hasta el informar, pasando por el consumo.

La postura que adopta Weber a este respecto se niega, pues, a identificar el “libre albedrío” con lo racional. Las acciones humanas impulsadas por tales fuerzas se ven regidas por todo lo contrario de la libertad de elección; esta segunda se dará en la medida en que la conducta se aproxime a la “racionalidad”, que significa en este caso la concordancia entre los medios y los fines perseguidos en una acción motivada.<sup>216</sup>

---

<sup>214</sup>La hermenéutica del griego jermeneueien que significa interpretar, declarar, anunciar, esclarecer y traducir. En línea, internet 22 de agosto de 2011, disponible: [www.wikipedia.org/wiki/Hermenéutica](http://www.wikipedia.org/wiki/Hermenéutica)

<sup>215</sup>Hermenéutica, *ibidem*.

<sup>216</sup>Giddens, Anthony, *Política y sociología en Max Weber*, trad. de Andrés Linares, España, Alianza, 2002, p.61.

Como se determina en la cita anterior, en nuestro mundo actual, la racionalidad sólo la ejercitamos cuando algo es de nuestro interés, o porque nos lo han impuesto, como es el caso de las tareas y demás actividades académicas que nos solicitan un momento para pensar y razonar.

Para muchos, la televisión ha llegado a ser un objeto más en nuestra casa, consiguiendo ser parte elemental del hogar, así como la importancia de un lugar donde cocinar, comer y dormir.

Para esta investigación, tomamos como muestra a los adolescentes,<sup>217</sup> como aquellas personas que por su edad biológica, éstos son susceptibles a la dependencia que les brinda seguridad, confianza, estabilidad y en muchas ocasiones diversión, siendo que estos elementos los encontramos sumergidos en una pantalla que incita a generar modelos que capturan el interés de los adolescentes, llevándolos más allá del consumo a ver la programación por largas jornadas diarias. Siendo esta programación la generadora de conductas, así como lo afirma John Condry en su artículo “La ladrona de tiempo, criada infiel”.<sup>218</sup>

La marea de la evolución biológica avanza lentamente, privilegiando a través de los siglos determinadas mutaciones sobre otras. Muy distinta es la evolución social, alimentada por el descubrimiento y por la invención, con frecuencia rápida e imprevisible. Existen invenciones que provocan cambios leves, en general para bien, a veces para mal: pensamos en la pólvora para fusil. Pero existen otras que modifican la cultura y la sociedad de manera profunda e imprevisible, y no son comprensibles sino en retrospectiva.

Hoy existe algo que no funciona en los niños estadounidenses, en el modo en el que crecen. La cosa es evidente. Se nos ofrecen muy diversas explicaciones, que en general se refieren a las rápidas transformaciones acontecidas en estos últimos años. La intensificación del tráfico ha modificado la urdimbre urbana, destruyendo viejos barrios, así como las infraestructuras sociales. La familia parece completamente trastornada y la escuela funciona mal cuando funciona. Las calificaciones obtenidas por los alumnos con ocasión de algunas

---

<sup>217</sup> Es oportuno recordar el significado de la palabra adolescencia (adoleceré significa crecer) y el crecimiento humano se prolonga hasta los 24 años. La OMS-OPS, con fines prácticos, considera que la adolescencia comprende el período de la vida que se extiende entre los 10 y 19 años [...]. Sin embargo, esto varía según los países [el caso de nuestro país, en México a los 18 años se considera que el individuo es adulto]. Se afirma que la adolescencia es una creación moderna coincidente con el impulso que produjo la Revolución Industrial y la mayor tecnificación de los procesos productivos. Esto obligó a la creación de escuelas por niveles, acorde a la edad y a los reconocimientos de los estudiantes, con el objetivo de lograr una mejor preparación en los jóvenes trabajadores, según las exigencias de las nuevas tecnologías.

Es una etapa de la vida que está entre la infancia y la adultez, íntimamente relacionada con ambas, ya que están presentes muchas características de las etapas anteriores con otras nuevas no evidenciadas hasta entonces. Comienza con la pubertad y tiene expresiones en las esferas biológicas, psicológica, social y espiritual. Su duración es variable, irregular y no tiene límites exactos. En Gutiérrez Baró, Elsa, *Adolescencia y juventud: concepto y características*. En línea, internet 30 de septiembre, disponible: <http://www.sld.cu/libros/libros/libro5/tox1.pdf>

<sup>218</sup> Condry, John, “La ladrona de tiempo, criada infiel” en Clark, Charles S., John Condry, *et al.*, *La televisión es mala maestra*, trad. de Isidro Rosas Alvarado, México, Fondo de Cultura Económica, 2006, p. 82.

pruebas han mostrado una baja constante en los últimos 20 años y no hay mejoras a la vista [...]. Muchos niños dan muestras evidentes de trastornos físicos y de padecimiento mental. ¿Se puede afirmar que la televisión es responsable, en cierta medida de esta situación?<sup>219</sup>

Es así como tomamos a la televisión como aquel objeto responsable de la situación -en este caso académica- que se presenta en nuestra sociedad o es simplemente un objeto al que podemos manipular nosotros mismos.

Para comprender el papel de la televisión en la vida de los niños estadounidenses es importante comenzar a partir de una amplia panorámica de sus exigencias. ¿Cómo hace un niño para volverse un componente útil de la sociedad?, ¿De qué manera se trabaja en su inmadurez para prepararlo para la vida adulta?, ¿Cómo pasa el tiempo? El tiempo es una unidad de medida bastante útil porque, a diferencia de la riqueza y de las oportunidades, es un bien idéntico para todos. Si la jornada se compone de 24 horas, y de estas 24 horas muchos ven transcurrir 16 despiertos, el total de las 112 horas semanales de vigilia constituye un objeto de estudio apropiado. ¿Cómo ven pasar esas 112 horas los niños estadounidenses de hoy, en especial los de edad comprendida entre 3 y 11 años?

Hasta hace cerca de doscientos años, la mayor parte de los niños veía transcurrir el tiempo en las comunidades y en las aldeas en que había nacido, observando a los adultos en sus actividades de trabajo y de juego. Los niños adquirían las capacidades y las aptitudes necesarias para insertarse en una sociedad que conocían y que estaba a su alcance. Capacidades y aptitudes que desarrollaban desde pequeños y los convertía en útiles una vez que llegaban a adultos. Lo que se aprendía en familia durante una generación se ponía en práctica en la siguiente. El niño aprendía a conocer el trabajo y la vida, adquiría aquellos conocimientos del mundo existentes en la familia y en la comunidad.<sup>220</sup>

Como lo plantea Giovanni Sartori, la televisión se hace cada vez más presente y los adolescentes son quienes son más susceptibles se encuentran.

La televisión está produciendo una permutación, una metamorfosis, que revierte en la naturaleza misma del homo sapiens. La televisión no es sólo instrumento de comunicación; es también a la vez, *paideía*<sup>221</sup>, un instrumento “antropogenético”, un *médium* que genera un nuevo *ánthropos*, un nuevo tipo de ser humano.<sup>222</sup>

---

<sup>219</sup> Condry John, *ibidem*, p. 61

<sup>220</sup> *Ibidem*, p. 62.

<sup>221</sup> *Paideía*, de origen griego, denomina el proceso de formación del adolescente (*país, paidós*). En su ya clásico estudio Werner Jaeger (1946) extiende el significado del término a toda la formación del hombre. En Sartori, Giovanni, *ibidem*, p.40.

<sup>222</sup> *Ibidem*, p.40.

Siguiendo el artículo de John Condry, determinamos que a los niños y adolescentes, se les ha impuesto ciertas actividades que la sociedad misma a determinado para ellos; sobre todo en la actualidad, en la que nuestra vida cotidiana tiene algún contacto con la televisión.

Los niños se acercan a la televisión y la ven por motivos que difieren de manera significativa de los prevaecientes entre los adultos. La mayor parte de los adultos, según ellos mismos lo reconocen, ven la televisión "por diversión". La mayor parte de los niños, aun encontrándola divertida, vela televisión porque trata de entender el mundo. Muchos adultos consideran que la televisión es poco significativa, y la ven con lo que suele definirse como "suspensión de la incredulidad". Además de divertirse, aceptan el alejamiento de la configuración realista y, de acuerdo con las premisas del programa, comprenden perfectamente por qué un personaje dado vuela por el aire, se vuelve invisible o realiza actos sobrehumanos. Por definición, un espectáculo de *fiction* no tiene por fuerza que ser posible, real o verdadero.

En cambio, los niños, aun apreciando los aspectos de entretenimiento de la televisión, tienen más dificultad –a causa de su limitada comprensión del mundo- para discernir los hechos de la ficción. Son más vulnerables que los adultos. Los influjos primarios que los niños experimentan –la familia, los compañeros, la escuela y la televisión- operan juntos. Los niños no son muy capaces de separar lo que aprenden en estos diversos contextos. Más bien, la utilidad de la información obtenida en uno de ellos depende en parte de lo que aprende en los otros. Sin el apoyo de la familia, gran parte de lo que sucede en la escuela perdería importancia. Si la escuela fuera más eficiente, la televisión no sería tan poderosa. Los compañeros ejercen su influjo y su poder en la medida en que la familia y la escuela no ejercen el suyo.<sup>223</sup>

La exposición de los contenidos televisivos ha determinado una influencia mediática, tal y como lo define Max Weber, con los tipos ideales.

La influencia de la televisión depende de dos factores: la exposición y el contenido. Cuanto mayor es la exposición del espectador al espectáculo televisivo, tanto mayor es, en general, la influencia ejercida será determinada por el contenido. Sin embargo, la exposición basta por sí sola para influir sobre el espectador, independientemente del contenido. Veamos, pues, algunos datos referenciales a la exposición.

En los Estados Unidos, la televisión nació en la década de 1950. En el primer año de dicha década, cerca de 10% de las familias estadounidenses tenía un televisor; en 1960, el porcentaje había aumentado a 90%, y casi todos los que poseían un aparato veían regularmente la televisión. La introducción de ésta ha provocado, por tanto, un gran cambio en el modo en que los estadounidenses pasan el tiempo. Mientras la invención del automóvil ha determinado un aumento

---

<sup>223</sup> Condry John, *ibidem*, pp. 63-64.

en el tiempo destinado a viajes igual sólo a 6% (consideramos tan sólo las grandes distancias), el advenimiento de la televisión ha provocado, según algunas estimaciones, un crecimiento de 58% del tiempo transcurrido en contacto con los medios de comunicación.

A partir de 1950, el tiempo que la familia media estadounidense destina el aparato televisivo –en la actualidad más de siete horas diarias- ha aumentado constantemente; el estadounidense medio antes de ese año veía la televisión cerca de cuatro horas al día, y un poco más durante el fin de semana. En la década de 1980, cuando se volvieron ampliamente disponibles la televisión por cable y las videograbadoras, la cuota de audiencia de las tres principales redes estadounidenses ha comenzado a descender, pasando de cerca de 90% de las familias estadounidenses a 60% de hoy. En todo caso, el tiempo destinado a ver la televisión ha permanecido relativamente constante, sólo que ahora está subdividido entre más emisoras. Estos datos estadísticos corresponden tanto a los niños como a los adultos. El niño promedio estadounidense ve televisión entre cuatro y cinco horas al día durante la semana y cerca de siete a nueve horas el fin de semana, para un total aproximado de 40 horas a la semana; en ellas se incluyen los filmes en videocasetes, los videojuegos y la televisión por cable. Independientemente de lo que se les proyecta, los niños que ven mucho la televisión tienden a leer menos, a jugar menos y a ser obesos. Éstos son los “efectos indirectos” de ver continuamente la televisión.<sup>224</sup>

Para Max Weber, como lo mencionamos en el primer capítulo, los tipos ideales están denominados en base a las acciones, ya sea de manera inconsciente o consciente.

La televisión es una ladrona de tiempo. Cuando los niños la ven ininterrumpidamente durante horas, no hacen muchas cosas que, a largo plazo, podrían ser bastante más importantes desde el punto de vista de su desarrollo. Pero no sólo esto: el contenido de los programas y de la publicidad de la televisión influye profundamente en las actitudes, creencias y acciones de los niños.

En general, los niños comienzan a ver los dibujos animados desde alrededor de los 2 años de edad. A medida que crecen, entre los seis y los once años, cada vez más conquistan su favor las comedias de enredo, esto es, las escenificaciones cómicas.

Los niños pequeños ven los dibujos animados porque están bien “marcados”, o sea, cada acción está subrayada por características capaces de atraer la atención. Esta “marcación” sustituye la atención y la comprensión. Dado que la atención del niño es discontinua, los efectos sonoros de la televisión contribuyen a mantenerlo frente al aparato.

Además, la atención del niño no se fija, porque el material es fácilmente comprensible. Los niños comprenden algo del contenido de cada uno de los programas, pero no de la misma manera que los

---

<sup>224</sup> Condry John, *ibidem*, pp. 64-65.

adultos. Por ejemplo, no entienden las secuencias prolijas, y tienen una comprensión reducida de las motivaciones e intenciones de cada uno de los personajes. No son capaces de sacar deducciones de una acción que no presenciaron directamente, o sea de una acción sobrentendida pero no explícitamente mostrada.<sup>225</sup>

Los niños de manera inconsciente son receptores de las imágenes y sonidos que se proyectan en la televisión, en cambio, los adolescentes poseen un sistema crítico que les permite decidir, pero aún así, son más vulnerables en esta etapa justamente porque comienzan a definir sus gustos y personalidad que, con la presencia de ciertos programas televisivos lograrán un tipo de dependencia, misma que se verá reflejada en sus conductas.

Por ejemplo, los niños presencian escenas violentas, y a su manera quizá puedan concluir que “el más fuerte tiene la razón”. Sin embargo, es improbable que comprendan los mensajes más útiles, o sea que ciertas acciones son más significativas que otras. Una idea que sin más comprenden es que si uno quiere una cosa y tiene más poder que otro, la consigue. Este mensaje figura en posición preeminente en los dibujos animados de “acción-aventura” que han sustituido a los espectáculos en vivo con que, en un tiempo, se hizo la televisión para niños. Está ampliamente documentado que la cantidad de violencia contenida en los espectáculos para niños es sustancialmente mayor que la de los programas para adultos transmitidos durante el horario de mayor audiencia [...].

¿Ver semejantes programas influye en el comportamiento de los niños? Centenares de estudios, efectuados desde principios de la década de 1960 —estudios experimentales sobre un número limitado de niños y amplios estudios de campo, efectuados en culturas diversas, utilizando variedad de técnicas—, concuerdan por lo menos con el hecho de que los niños y niñas que ven mucho la televisión son más agresivos que quienes no la ven con frecuencia. Presenciar programas televisivos violentos influye no sólo sobre el comportamiento, sino también sobre actitudes, creencias y valores. Por ejemplo, los jóvenes que ven mucha televisión en general tienen más miedo de las situaciones violentas que pueden darse en el mundo real. Otros, en cambio están insensibilizados respecto a la violencia, o sea que ésta les impresiona menos: su respuesta a la violencia se reduce.<sup>226</sup>

Mucho debemos tener en cuenta, que los contenidos en los programas de televisión, son la mayoría de los casos, el principal factor dominado en las conductas de los televidentes, marcando así un patrón influyente.

El contenido de la televisión destinada a los niños presenta personajes masculinos y femeninos en papeles estereotipados; quien ve mucho la

---

<sup>225</sup> Condry, John, *ibídem*, pp. 66-67.

<sup>226</sup> *Ibídem*, pp. 67-68.

televisión muestra, en las actitudes propias de sus papeles sexuales, el influjo de los que se ha visto en televisión. En el modo de representar a las personas muy jóvenes y muy ancianas, los médicos y los policías, o los enfermos mentales, las convenciones televisivas distorsionan gravemente las situaciones de la vida real.

A medida que el niño crece, aumenta su capacidad de captar el sentido de vicisitudes complejas, en parte porque sabe más del mundo, pero también porque tiene mayor familiaridad con las formas y estructura de la televisión: se ha vuelto *televisión literate*, es decir se ha familiarizado con el lenguaje televisivo. En ese punto, encuentra agradables las comedias de situación. Al igual que los dibujos animados, éstas son coreadas por risas grabadas, en lugar de los sonidos insólitos; pero los efectos sobre la atención y sobre la comprensión son idénticos. En el curso de los años, las comedias de enredo se han convertido en una de las formas predominantes y más populares de entretenimiento televisivo. No son violentas. La risa grabada indica al niño que sucedió algo importante, y esto a su vez sirve para introducirlo en usos y valores específicos por lo que respecta, en particular, a las costumbres sexuales.

A medida que los niños se acercan a la primera adolescencia, en torno a los nueve y 10 años, sus gustos se diferencian cada vez más entre los sexos, comienzan a imitar las preferencias de los adultos. Muchas niñas disfrutan con las *telenovelas*, convencidas de que en ellas aprenden algo sobre la vida; a muchos muchachos les gustan los programas de aventuras y acción, a menudo por el mismo motivo.

Estos últimos programas presentan, en el papel de protagonista, un hombre "viril" que en general triunfa sobre el "villano". Sus mensajes que hacen mella sobre todo en los muchachos. Los espectáculos con héroes masculinos atraen también a las niñas, pero no así lo contrario; los jovencitos tienden a evitar los programas en que el papel de protagonista lo desempeña una muchacha o mujer. Éste es uno de los motivos por los que existen tan pocos programas televisivos para niños con protagonistas femeninos; simplemente son tan redituables.<sup>227</sup>

De tal manera podemos justificar que las acciones que ejercen los adolescentes, en muchas ocasiones tiene de fondo, la presencia de los programas de televisión, ya que éstos son los que motivan a que la conducta o la acción misma, sea acondicionada a la vida real.

### 3.5 La televisión como mass media

La Televisión es el mayor aparato que se hace presente en nuestra vida diaria, nos encontramos con ella en cualquier parte que vayamos, estando en casa, en los restaurantes, en los negocios, en el trabajo e incluso en el transporte. Sin embargo, nunca tomamos en cuenta de la dimensión que existe de su presencia en nuestro mundo de interacción.

---

<sup>227</sup> Condry John, *ibidem*, pp. 68-69.

La televisión está cambiando. Hubo un tiempo en el que fue el “trasto del rincón” un objeto de madera y vidrio y alambre, que al impulsar un botón o con un rápido movimiento del interruptor hacía aparecer escenas, voces y sonidos que le llegaban a través del éter. Ahora, y pronto para la mayoría de las sociedades industrializadas, se está convirtiendo en el centro de entretenimiento doméstico y de los sistemas de información; elegante, un negro mate, plana y con la misma forma que las pantallas de cine, nos transmite datos y diversión a través de numerosos satélites, y canales de video; una tecnología doméstica omnipresente.<sup>228</sup>

Es aquí como podemos justificar la dependencia que existe entre los seres humanos y éste medio de comunicación masiva, entendida por otros autores como *mass media*.

Medios de comunicación masivos o de masas (término también muy utilizado directamente en inglés: *mass media*) son los medios de comunicación recibidos simultáneamente por una gran audiencia, equivalente al concepto sociológico de masas.

La finalidad de estos medios de comunicación es, según la fórmula acuñada específicamente para la televisión: *formar, informar y entretener* al público que tiene acceso a ellos. Atendiendo a los intereses que defienden: buscan el beneficio económico del empresario o grupo empresarial que los dirige, habitualmente concentrado en grandes grupos de comunicación *multimedia*, e influir en su público ideológicamente y mediante la publicidad.

Todos los ciudadanos del mundo están expuestos a unos u otros, que resultan indispensables como herramienta de comunicación y presencia pública para todo tipo de agentes económicos, sociales y políticos.<sup>229</sup>

Como veremos en nuestra investigación, la televisión más allá de ser un medio de comunicación, ha transformado el *modus vivendi* de nuestra sociedad, como hemos leído anteriormente, la televisión cumple con sus objetivos formar, informar y entretener, además de la gran demanda que existe en el mercado de la publicidad.

La televisión se caracteriza por una cosa. Entretiene, relaja y divierte [...]. Cultiva al hombre; pero la televisión invade toda nuestra vida, se

---

<sup>228</sup>Roger Silverstone. En línea, internet 29 de agosto de 2011, disponible: [www.dialogosfelafacs.net/articulos7pdf/33RogerSilverstone.pdf](http://www.dialogosfelafacs.net/articulos7pdf/33RogerSilverstone.pdf)

<sup>229</sup>*Mass media*. En línea, internet 29 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Medio\\_de\\_comunicaci%C3%B3n\\_de\\_masas](http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicaci%C3%B3n_de_masas)

afirma incluso como un demiurgo.<sup>230</sup> Después de haber “formado” a los niños continúa formando, o de algún modo, influenciando a los adultos por medio de la “información”. En primer lugar, les informa de noticias (más que de nociones), es decir, proporciona noticias de lo que acontece en el mundo, por lejano o cercano que sea. La mayoría de estas noticias terminan por ser deportivas, o sobre sucesos, o sobre asuntos del corazón [...]. Lo que no es óbice para que las noticias de mayor repercusión, de mayor importancia objetiva, sean las que tratan de información política, las informaciones sobre la *polis* [*i. e.* ciudad]. Saber de política es importante aunque a muchos no les importe, porque la política condiciona toda nuestra vida y nuestra convivencia. La ciudad perversa nos encarcela, nos hace poco o nada libres; y mala política – que obviamente incluye la política económica- nos empobrece.<sup>231</sup>

Considero que, lo que acontece a nuestra sociedad es la falta de involucrarse en temas que le rodean, tal como lo marca Sartori, el tema de política, el cual es muy diverso y mantener una postura ante tal tema, resulta perezoso pensar lo útil que nuestra opinión llegue a ser; ante tal situación que muchos evadimos, pese a esa responsabilidad como ciudadanos.

Con la televisión, la autoridad es la visión en sí misma, es la autoridad de la imagen. No importa que la imagen pueda engañar aún más que las palabras [...]. Lo esencial es que el ojo cree en lo que ve; y, por tanto, la autoridad cognitiva en la que más se cree es lo que se ve parece “real”, lo que implica que parece verdadero.<sup>232</sup>

Con lo anterior demostramos que la televisión es un medio que influye en la toma de decisión de muchos de nosotros como ciudadanos y como seres humanos.

Y es falso que la televisión se limite a reflejar los cambios que están produciendo en la sociedad y en su cultura. En realidad, la televisión refleja los cambios que promueve e inspira a largo plazo.<sup>233</sup>

En definitiva la televisión debería ser un elemento muy importante para el desarrollo de nuestra vida, el cual al inicio de su creación fue un gran invento que lograba un progreso científico para el hombre, ahora este invento se ha apoderado del hombre.

---

<sup>230</sup>Del griego *Démiurgos*, considerado un dios creador del Mundo y autor del universo en la filosofía idealista de Platón y en la mística de los Neoplatónicos. Por lo tanto, Demiurgo significa literalmente: maestro, artesano. En línea, internet 29 de agosto de 2011, disponible: <http://es.wikipedia.org/wiki/Demiurgo>

<sup>231</sup>Sartori, Giovanni, *ibídem*, p. 69.

<sup>232</sup>*Ibídem*, p. 76.

<sup>233</sup>*Ídem*.

El primer filósofo que entendió el poder que la ciencias ofrece al hombre fue, a principios del XVII, Francis Bacon. En su utopía, *Nueva Atlántida*, Bacon imaginaba un paraíso de la técnica, un enorme laboratorio experimental y preveía un *regnum hominis* (e. t. reino del hombre) en el que el saber científico le daría al hombre el poder de dominar la naturaleza. Así ha sido. Pero el saber científico es todo un saber abstracto fundado en un pensamiento en conceptos. Sólo con el acto de ver no ha nacido ciencia alguna. Por tanto, en la óptica baconiana la era del *regnum hominis* está en el ocaso.

Ya no tenemos un hombre que «reina» gracias ala tecnología inventada por él, sino más bien un hombre sometido a la tecnología, dominada por sus máquinas. El inventor ha sido aplastado por sus inventos.<sup>234</sup>

La tecnología ha sobrepasado el dominio de los seres humanos, con el sentido de hacerles útil los inventos, se ha logrado que éstos sean quienes nos dominen perdiendo el sentido racional que poseemos como seres pensantes.

El contraste que estoy perfilando entre *homo sapiens* y, llamémoslo así, *homo insipiens* no presupone idealización alguna del pasado. El *homo insipiens* (necio y, simétricamente, ignorante) siempre ha existido y siempre ha sido numeroso. Pero hasta la llegada de los instrumentos de comunicación de masas los «grandes números» estaban dispersos, y por ello mismo eran muy irrelevantes. Por el contrario, las comunicaciones de masas crean un mundo movible en el que los «dispersos» se encuentran y se pueden «reunir», y de este modo hacer masa y adquirir fuerza.

.....  
Así pues, aunque los pobres de mente y de espíritu han existido siempre, la diferencia es que en el pasado no contaban –estaban neutralizados por si propia dispersión- mientras que hoy se encuentran, y reuniéndose, se multiplican y se potencian.

[...] Un hombre que pierde la capacidad de abstracción es incapaz de racionalizar y es, por tanto, un animal simbólico que ya no tiene capacidad para sostener y menos aún para alimentar el mundo construido por el *homo sapiens* [...]. El hombre se ha reducido a ser pura relación, *homo communicans*, inmerso en el incesante flujo mediático.<sup>235</sup>

El hombre como lo determina Sartori, ha fomentado su ignorancia permaneciendo horas sentado frente a la televisión, lo cual sólo le ha brindado una mínima o nula conciencia de formar una crítica ante los hechos que le ocurren y acontecen a su alrededor.

Un nuevo entendimiento de la recepción supone entenderla como una interacción mediática particular, definida no por los adjetivos que la

---

<sup>234</sup> Sartori, Giovanni, *ibidem*, p. 135.

<sup>235</sup> *Ibidem*, pp. 149-150.

califican, sino por el medio que involucra: tele-videncia, cine-videncia, escucha radiofónica, lectura, cada uno de estos procesos conlleva a su vez códigos, géneros, lenguajes, tecnologías, medios y competencias comunicativas singulares, que se manifiestan en contextos específicos o “escenarios”, lo cuales son objetos de mediaciones.<sup>236</sup>

Siento esta la forma en como se establece la relación entre la televisión y los seres humanos, Sandy Rodríguez establece,

La televidencia es un proceso complejo que conlleva múltiples interacciones de la audiencia con el medio televisivo a distintos niveles y que es objeto también de múltiples mediaciones; es un proceso largo que no se limita al contacto directo entre TV y audiencia. Una característica distintiva de la televidencia es precisamente su múltiple dimensión, en tanto que abarca diferentes tipos de intercambio:

- a) Intercambio simbólico. Se relaciona con el contenido que entra en juego y es objeto de negociación entre al oferta programática de la televisión y la audiencia. Los significados son el producto de ese intercambio.
- b) Intercambio receptivo. Se refiere a los esquemas, destrezas y patrones cognoscitivos, implicados tanto en un contenido o género televisivo como n las mentes de los miembros de la audiencia. Estos elementos condicionan la misma percepción del contenido y la producción de significados.
- c) Intercambio afectivo. Corresponde a las emociones que la televisión mueve entre su audiencia y sus expectativas de satisfacción. Es un intercambio emocional con distintos aspectos de los contenidos: personajes, situaciones, etcétera. Tiene mucho que ver con sensaciones que desarrolla la audiencia en su interacción con la televisión.
- d) Intercambio agenciativo. Es el conjunto de actividades, tácticas y estrategias y hábitos y sobre todo usos, que despliega la audiencia en su televidencia general o circunscrita a géneros televisivos particulares. Por ejemplo, la estrategia de sólo escuchar; en vez de escuchar y ver las noticias. Involucra las diferentes actividades o “agencias” de la audiencia.

Es importante destacar que este múltiple intercambio puede ser simultáneo y no siempre ser consciente o un tipo de intercambio puede predominar en alguna televidencia. Por ejemplo, éste sería el caso de las telenovelas o los partidos de futbol, donde el juego de emociones es lo sobresaliente.

Un elemento trascendente al mirar televisión es el contexto o los contextos de la televidencia, pues es ahí donde se ubican las fuentes de mediación que conforman de maneras particulares este proceso

---

<sup>236</sup>Rodríguez García, Sandy, *Fuego cruzado. Las mediaciones televisivas en la familia*, México, Miguel Ángel Porrúa, 2010, p. 71.

comunicativo; en esta investigación en particular abordaremos el contexto familiar.<sup>237</sup>

La dependencia que referimos se hace presente en la vida diaria, desde la familia hasta las áreas de desarrollo, siendo la televisión un factor que permite el desenvolvimiento hacia los demás o uno de los referentes para generar una interacción. Tal y como lo marca el sociólogo británico Roger Silverstone:

Nuestras preocupaciones cotidianas y académicas en torno a la televisión están también cambiando. En cierta ocasión, la televisión como todos los nuevos medios, fue juzgado como un fenómeno positivo (por ejemplo, la preocupación de Lord Reith en torno a que la BBC debía “informar, educar y entretener”) y una amenaza. Fue esta última la que inspiró las primeras investigaciones que se centraron en el poder de los medios para la influencia, y en la vulnerabilidad de la audiencia para ser persuadida. Por supuesto, ésta es todavía la preocupación fundamental, ya que la nueva proyección de la tecnología televisiva .a través del video y a través del satélite- trae consigo un nuevo ataque de histerismo colectivo, un pánico moral que la propia televisión comunica a las diversas naciones y a los públicos. Pero al mismo tiempo, la voz académica e institucional habla de mercados globales y de la “aldea global”; por lo tanto, internacionalmente se reconoce que la elección es del consumidor y de una audiencia activa y perspicaz.

La televisión no ha sido todavía sujeto de estudio para la Sociología como tal. El medio ha sido apenas estudiado, pero el porqué de esta situación parece ser razonablemente obvio. Los *mass media* no estaban todavía muy presentes en los grandes años de la organización sociológica. Y después, mientras la televisión permaneció siendo un medio aislado, pudo ser estudiado, si es que lo fue, dentro de una Sociología de la cultura que tendió a analizarla como el verdugo de los valores culturales contemporáneos, o, cada vez con mayor cantidad, como un instrumento de dominación hegemónica. La televisión pudo ser establecida dentro de una psicología social que, a través de experimentos y de modelos inadecuados, intentará desentrañar los hilos de sus pros y de sus contras en la influencia social sobre los individuos, especialmente en los niños. O podía ser incluida por ejemplo, dentro de la línea central de la Sociología como un medio entre muchos; como un elemento insignificante en las estructuras políticas y económicas del capitalismo avanzado; una variable dependiente en el creciente poder del Estado, en la aparición de industrias culturales, en los cambios estructurales del trabajo y el ocio y las relaciones entre lo público y lo privado.<sup>238</sup>

Como hemos visto en este punto que desarrollamos acerca de los *mass media*, la televisión como punto referido a nuestra investigación, ha cumplido con sus objetivos –que mencionamos anteriormente-, entre los cuales destaca el

---

<sup>237</sup>Rodríguez García, Andy, *ibídem*, pp. 71-73.

<sup>238</sup>Roger Silverstone, *ibídem*.

entretenimiento, siendo éste el que motiva a las masas a permanecer por jornadas prolongadas de tiempo, manteniéndolas frente a éste, gracias a sus contenidos simples, que logran el no desarrollo mental y crítico de la masa, seduciéndola ante el consumo masivo que se transmite.

### 3.6 Zygmunt Bauman y el fenómeno de consumo

En nuestra investigación la dependencia que presentan los individuos, la vemos reflejada en el consumo, donde la mercadotecnia toma un papel muy importante para lograr una compra disfrazada de necesidad. Para esto, Zygmunt Bauman nos ayudará a entender el porqué del ejercicio consumo que nace desde la televisión.

Los colegas y colegas (e. i. estudiantes) que exponen con avidez y entusiasmo sus atributos con la esperanza de llamar la atención y quizás ganar algo de ese reconocimiento y esa aprobación que les permitiría seguir en el juego de la sociabilización; los clientes potenciales que necesitan expandir su nivel de gastos y límite crediticio para ganarse el derecho a un mejor servicio, los futuros inmigrantes que se esmeran en conseguir pruebas de que son útiles y necesarios para que sus postulaciones sean consideradas: estas tres categorías de personas, en apariencia tan distintas, son instadas, empujadas u obligadas a promocionar un *producto* deseable y atractivo, y por lo tanto hacen todo lo que pueden, empleando todas las armas que encuentran a su alcance, para acrecentar el valor del mercado de lo que tienen para vender. Y el producto que están dispuestos a promocionar y poner en venta en el mercado no es otra cosa que *ellos mismos*.

Ellos mismos, son simultáneamente, los *promotores del producto* y el *producto que promueven*. Son, al mismo tiempo, encargado de *marketing* y mercadería, vendedor ambulante y artículo en venta (y me permito agregar que cualquier académico que alguna vez haya tenido que llenar una solicitud de fondos para investigación o se haya postulado a un puesto docente sabrá reconocer perfectamente por su propia experiencia la situación a la que me refiero Más allá del casillero al que los confinen quienes confeccionan las estadísticas, todos ellos son habitantes del mismo espacio social conocido con el nombre de *mercado*. Sin importar cómo sean clasificadas sus problemáticas por los archivistas gubernamentales o por la investigación periodística, la actividad en la que todos ellos es tan ocupados (ya sea por elección, necesidad, o lo que es más probable aún, por ambas) es el *marketing*. El examen que deben aprobar para acceder a los tan codiciados premios sociales les exige *reciclarse bajo la forma de bienes de cambio*, vale decir, como productos capaces de captar la atención, atraer *clientes* y generar *demanda*.<sup>239</sup>

---

<sup>239</sup>Bauman, Zygmunt, *Vida de consumo*, trad. de Mirta Rosenberg y Jaime Arrambide, México, Fondo de Cultura Económica, 2007, pp. 17-18.

El consumo se logra, para poder cuadrar en un grupo determinado o como lo mencionábamos al iniciar este apartado, los individuos nos creamos necesidades, para hacer de nuestra vida social un poco más cómoda.

El éxito de los salones de belleza surge en parte de preocupaciones existenciales, y el uso de productos de belleza no siempre es un lujo. Por temor a ser descartados por obsoletos, tanto las damas como los caballeros tiñen su cabello, mientras que los cuarentones se dedican a hacer deporte para mantenerse delgados. “Como ser hermoso”, es el título de un folleto de reciente aparición en el mercado, y en los periódicos es publicitado como el camino “para mantenerse joven y hermoso ahora y para siempre”.<sup>240</sup>

Los medios de comunicación son los intermediarios en la relación de la compra-venta, tal es el caso de la televisión con su mezcla de imágenes con movimientos y sonidos, capta la atención del espectador y con la estructura pensada del objeto a vender, hace del espectador una insinuación a adquirir y comprobar que puede verse, sentirse como tal.

Los encuentros de los potenciales consumidores con sus potenciales objetos de consumo se convierten poco a poco en los ladrillos con que se construye ese entramado de relaciones humanas que sucintamente llamamos “sociedad de consumidores”. O más bien, ese marco existencial que conocemos como “sociedad de consumidores” se caracteriza por refundar las relaciones interhumanas a imagen y semejanza de las relaciones que se establecen entre consumidores y objetos de consumo. [...] por parte del mercado de consumo, de ese espacio que separa a los individuos, ese espacio donde se anudan los lazos que reúnen a los seres humanos y donde se alzan las barreras que los separan.

En una grosera distorsión y perversión de la verdadera esencia de la revolución consumista, suele afirmarse que la sociedad de consumidores se centra en las relaciones entre el consumidor, firme en su estatus de *sujeto* cartesiano, y el producto, en el rol cartesiano de *objeto*, aun cuando esa descripción desplaza el centro de gravedad del encuentro entre el sujeto y objeto de la esfera de la contemplación a la esfera de la acción.<sup>241</sup>

Siguiendo la línea teórica de la acción en el margen del tipo ideal de Max Weber como hilo conductor de nuestra investigación, Zygmunt Bauman nos dice:

Cuando se trata de la acción, el sujeto *pensante* (que percibe, examina, compara, calcula, prioriza, explica) debe enfrentarse –al igual que durante la contemplación– con una multitud de objetos espaciales (perceptibles, examinables, comparables, calculables, priorizables,

---

<sup>240</sup>Bauman, Zygmunt, *ibidem*, p. 18.

<sup>241</sup>*Ibidem*, p. 24.

explicables), pero ahora debe enfrentar también la tarea accesoria de *manejarlos*. Moverlos, apropiarse de ellos, usarlos, descartarlos.

Es evidente que la pretendida soberanía que se adjudica habitualmente al sujeto que ejercer su actividad de consumo está en cuestión y es puesta en duda permanentemente. Tal como lo señalara con acierto Don Slater, la imagen de los consumidores que ofrecen las descripciones académicas de la vida de consumo los muestra dentro de un espectro que oscila entre considerarlos “dopados o tarados culturales” o “héroes de la modernidad”. En un extremo, los consumidores son tratados como cualquier cosa salvo como entes soberanos: son bobos engatusados con promesas fraudulentas, fintas y engaños, seducidos, arrastrados y manipulados por fuerzas flagrantes o subrepticias, pero siempre e invariablemente externas y ajenas. En el otro extremo, la apariencia del consumidor parece englobar la suma de virtudes que la modernidad prohíja y encomia: racionalidad, sólida autonomía, inquebrantable capacidad de decisión y autoafirmación. Estos retratos nos muestran a los portadores de la “heroica voluntad e inteligencia que pueden transformar la naturaleza y la sociedad y ponerlas bajo el dominio de los deseos libres y privados de los individuos.”<sup>242</sup>

En la televisión mexicana, podemos demostrar que en nuestro alrededor existen personas que consumen productos milagrosos, nos preguntamos cómo es que la gente se deja influenciar por imágenes que son manipuladas. Pero la falta de criterio y su sentido de inocencia hacen que el individuo se sienta motivado a realizar lo que pueda para obtener el beneficio que les muestran.

En la sociedad de consumidores nadie puede convertirse en sujeto sin antes convertirse en producto, y nadie puede preservar su carácter de sujeto sino se ocupa de resucitar, revivir y realimentar a perpetuidad en sí mismo las cualidades y habilidades que se exigen en todo producto de consumo. La “subjetividad” del “sujeto”, o sea su carácter de tal y todo aquello que sea subjetividad le permite lograr, está abocada plenamente a la interminable tarea de ser y seguir siendo un artículo vendible. La característica más prominente de la sociedad de consumidores –por cuidadosamente que haya sido escondida o encubierta- es su capacidad de *transformar a los consumidores en productos consumibles*, o más bien de disolverlos en un mar de productos donde, por citar la más citada de todas las muy citables proposiciones de Georg Simmel, los diferentes significados de las cosas, “y por lo tanto las cosas mismas, son experimentadas como insustanciales” y parecen “uniformemente planas y grises”, mientras “flotan con igual peso específico en el flujo de un constante río de dinero.

.....  
La “subjetividad” de los consumidores está hecha de elecciones de consumo, elecciones tanto del sujeto como de potenciales compradores

---

<sup>242</sup>Bauman, Zygmunt, *op. cit.*, nota 245, pp. 24.25.

del sujeto como de potenciales compradores del sujeto en cuestión: su descripción se parece a una lista de supermercado. Lo que supuestamente es la materialización de la verdad interior del yo no es otra cosa que una idealización de las huellas materiales –codificadas– de sus elecciones a la hora de consumir.<sup>243</sup>

Con lo anterior, podemos decir que los televidentes además de ejercitar la vista ejercitan el sentido del oído; en muchas ocasiones la televisión cumple con la función de acompañante, sea en momentos familiares o de absoluta soledad.

Pero la televisión, cumpliendo con su función de medio de comunicación, transmite contenidos de programas que logran una dependencia, en este caso el de seguir consumiendo, disfrazando a la situación de un bien que se le considera necesario.

Si la cultura consumista es la forma en que los miembros de una sociedad de consumidores actúan “irreflexivamente” –o en otras palabras, *sin* pensar en aquello que consideran el propósito de sus vidas y en los medios más adecuados para alcanzarlo, *sin* pensar en cómo distinguen todo aquello que es relevante, *sin* pensar en lo que los entusiasma y en lo que les resulta indiferente o desabrido, en lo que los atrae y en lo que los repele, en lo que los empuja a actuar y en lo que los llama a la fuga, en lo que desean y en lo que temen, sin pensar hasta qué punto temores y deseos se compensan unos a otros–, entonces la *sociedad* de consumidores (o de consumo) refiere a un conjunto específico de condiciones de existencia bajo las cuales son muy altas las probabilidades de que la mayoría de los hombres y mujeres adopten el consumismo antes que cualquier otra cultura, así como las de que casi siempre hagan todo lo posible por obedecer sus preceptos.<sup>244</sup>

Debido al poco interés que tienen los televidentes en cuestionar lo que les hacen mirar, sin contar con un criterio que les de las herramientas para pedir una calidad en los contenidos de los programas televisivos. Es justo aquí en que las televisoras con la finalidad de crear una demanda económica fuerte, planean, construyen y transmiten dichos programas, disfrazados de fomentar la unidad en las familias mexicanas.

La obediencia a las órdenes y el apego a las normas, el acatamiento de la función asignada y su indiscutida aceptación, el sometimiento a la rutina y la sumisión a la monotonía, la tendencia a posponer la gratificación y una resignada aceptación de la ética del trabajo (lo que significaba básicamente aceptar trabajar por el mismo, por inútil o sin sentido que fuese), son los patrones de comportamiento que fueron

---

<sup>243</sup>Bauman, Zygmunt, *ibidem*, pp.26-29.

<sup>244</sup>*Ibidem*, p. 77.

inculcados en sus miembros, en los que se les entrenaba, y que, se esperaba, aprendieran e interiorizaran.<sup>245</sup>

En efecto como menciona Bauman, las masas, nos dejamos manipular por aquellos personajes o instituciones -y no precisamente políticas- tienen el control del poder de los medios, y ser con ellos la herramienta más ideal para poder dominar el mundo del consumo.

En una sociedad de consumidores *todos* tienen que ser, deben ser y necesitan ser “consumidores de vocación”, vale decir, considerar y tratar el consumo como una vocación. En esa sociedad, el consumo como vocación es un derecho humano universal y una obligación humana universal que no admite excepciones. En este sentido, la sociedad de consumidores no reconoce diferencias de edad o género ni las tolera (por contrario a los hechos que parezca) ni reconoce distinciones de clase (por descabellado que parezca). Desde los centros geográficos de la red de la autopista informática hasta las periferias sumidas en la pobreza.<sup>246</sup>

Este punto citado, me parece un elemento vertebral en nuestra investigación; ya que, en muchas ocasiones, los personajes que mayor consumen los productos que se anuncian por la televisión, muchos de ellos tienen una característica en común, el margen de nivel socioeconómico que suele ser bajo.

Los pobres son forzados a una situación en la que tienen que gastar más del poco dinero que tienen en objetos de consumo inútiles que en necesidades básicas para no caer en la humillación social más absoluta y convertirse en *hazmereir* [*i. e.* burla] de los otros.<sup>247</sup>

Así pues los como televidentes, estimamos, son de alguna manera responsables del contenido de los programas, independientemente de la posición del contexto político, social y cultural. Así mismo sin duda, los propios televidentes fomentan este consumo incontrolable.

La vocación consumista depende finalmente de un desempeño personal. La *selección* de los servicios ofrecidos por el mercado y necesarios para un desempeño eficiente recae inexorablemente sobre la responsabilidad de cada consumidor, una tarea que debe realizarse *individualmente* y con la ayuda de habilidades de consumo y patrones de decisión adquiridos también *individualmente*. Se bombardea a consumidores de ambos sexos, de todas las edades y extracciones, con recomendaciones acerca de la importancia de equiparse con este o aquel producto comercial si es que pretenden obtener y conservar la posición social que desean, cumplir con sus obligaciones sociales y

---

<sup>245</sup>Bauman, Zygmunt, *ibidem*, p. 79.

<sup>246</sup>*Ibidem*, p. 81.

<sup>247</sup>*Ídem*.

proteger su autoestima, y que a la vez se los reconozca por hacerlo. Esos mismos consumidores se sentirán incompetentes, deficientes e inferiores a menos que puedan responder prontamente a ser llamado,  
248

Retomando el hilo conductor de nuestra investigación, la televisión como medio de comunicación masiva, es el medio más adecuado para lograr un mercado y un consumo, que ubicándolo a nuestro planteamiento, podemos afirmar que este fenómeno de consumo es una forma de expresar dependencia.

“Consumir” significa invertir en la propia pertenencia a la sociedad, lo que en una sociedad de consumidores se traduce como “ser vendible”, adquirir las cualidades que el mercado demanda o reconoce las que ya se tienen en productos de demanda futura. La mayor parte de los productos de consumo en oferta en el mercado deben su atractivo, su poder de reclutar compradores, a su valor como *inversión*, ya sea cierto o adjudicado, explícito o solapado [...]. Consumir es invertir en todo aquello que hace al “valor social” y la autoestima individuales.

El propósito crucial y decisivo del consumo en una sociedad de consumidores (aunque pocas veces se diga con todas las letras y casi nunca se debata públicamente) no es satisfacer necesidades, deseos o apetitos, sino convertir y reconvertir al consumidor en producto, *eleva el estatus de los consumidores al de bienes de cambio vendibles*. En definitiva es la razón por la cual la aprobación del examen de consumo no es una condición negociable a la hora de ser admitido en el seno de una sociedad que ha sido remodelada a imagen y semejanza de los mercados.<sup>249</sup>

Siguiendo la forma de Zygmunt Bauman:

El propósito crucial y decisivo del consumo en una sociedad de consumidores (aunque pocas veces se diga con todas las letras y casi nunca se debata públicamente) no es satisfacer necesidades, deseos o apetitos, sino convertir y reconvertir al consumidor en producto, *eleva el estatus de los consumidores al de bienes de cambio vendibles*. En definitiva, ésta es la razón por la cual la aprobación del ser admitido en el seno de una sociedad que ha sido remodelada a imagen y semejanza de los mercados. Aprobar un examen es un prerrequisito no contractual que condiciona cualquiera de las relaciones contractuales que tejen y entretejen esa red de vínculos llamados “sociedad de consumidores”. Es ese requisito previo innegociable e inapelable el que consigue amalgamar ese conjunto de transacciones de compraventa en una totalidad imaginaria. O, para ser más exactos, es el requisito que permite que esa amalgama sea experimentada como una totalidad llamada “sociedad” – entidad a la que puede adjudicarse la capacidad de “plantear exigencias”

---

<sup>248</sup> Bauman, Zygmunt, *ibidem*, p 81.

<sup>249</sup> *Ibidem*, pp. 82-83.

y coaccionar a sus integrantes- y que acceda al estatus de “hecho social” en el sentido que le da Durkheim al término.<sup>250</sup>

Para nuestra investigación, planteamos que los seres humanos estamos inmersos en un mundo capitalista.

El jinete de Ralph Laurent y el caimán de Lacoste escaparon de las pistas de golf y se deslizaron a las calles, y fueron decisivos para que el logo pasara al exterior de las camisas. Estos logos cumplían la misma función que el acto de conservar en las ropas de etiqueta de los precios: todo el mundo podía saber cuánto estaba dispuesto a pagar por quienes las llevaba. Lo más significativo fue que el logo aumentó de tamaño, y de ser un pequeño emblema se convirtió en un cartel del tamaño del torso humano. Este proceso de aumento del tamaño del logo sigue adelante, y ninguno ha llegado al de las dimensiones de Tommy Hilfiger, que se las ha ingeniado para inaugurar un estilo de ropa que transforma a sus fieles seguidores en muñecos andantes, hablantes y de tamaño natural modificados en mundos totalmente marcados con su logo. Durante la década pasada [1990.2000], los logos alcanzaron un predominio tan grande que han transformado sustancialmente las prendas donde aparecen convirtiéndolas en simples portadoras de las marcas que representan.<sup>251</sup>

Somos tan vulnerables, que los medios que nos rodean, nos hacen partícipes de sus creaciones, tal es el caso de fabricar, inventar, ciertos productos que transmiten por la televisión, los cuales son vendibles y visualmente atractivos; nos seducen a partir de la vista –he ahí el dicho: *de la vista nace el amor*- con la intención de hacernos ante el producto una necesidad.

Los miembros de una sociedad de consumidores son ellos mismos bienes de consumo, y esa condición los convierte en miembros de buena fe de la sociedad. Aunque por lo general permanezca latente como una preocupación inconsciente e implícita, el principal motivo de desvelo de los consumidores es convertirse en productos vendibles y lograr mantenerse así. El atractivo de los productos de consumo –esos objetos de deseo consumista reales o futuros capaces de desencadenar la acción de consumir- suele evaluarse según su capacidad de aumentar el valor del mercado de quien los consume. Hacer de uno mismo un producto vendible es responsabilidad de uno mismo.<sup>252</sup>

La televisión, como la hemos venido estudiando, desde su creación, desde su estructura, desde su función ante la sociedad y legislación mexicana abordaremos también la interacción que se funciona a través de su presencia ante la masa, como lo es el consumo y la dependencia poseer un objeto en casa

---

<sup>250</sup>Bauman, Zygmunt, *ibidem*, p. 83.

<sup>251</sup>Trueba Lara, José Luis, *La tiranía de la estupidez. Los otros rostros del siglo XXI*, México, Taurus, 2008, p. 167.

<sup>252</sup> *Ibidem* pp. 83-84.

como este a pesar que pocas sean las veces en que el mismo dueño la encienda, justo como lo mencionábamos anteriormente, para muchos adulto, la televisión es el medio con el exterior por medio de las noticias y de esta forma mantenerse comunicado y al día del acontecer diario.

### 3.7 El Interaccionismo Simbólico en Erving Goffman

Para este último punto de nuestro capítulo, consideramos que la televisión ha llegado a ser un objeto que más allá de ser un medio de comunicación, es un medio que permite la interacción entre la masa, a partir de la omnipresencia de este aparato, hasta formular a través de sus contenidos el punto clave para empezar una charla entre dos o más personas. Para ello citaremos al sociólogo Erving Goffman que nos dará un acercamiento hacia lo que hemos determinado como Interaccionismo simbólico.

Quando un individuo llega a la presencia de otros, estos tratan por lo común de adquirir información acerca de él o de poner en juego la que ya poseen. Les interesará su status socioeconómico general, su concepto de sí mismo, la actitud que tiene hacia ellos, su competencia, su integridad, etcétera [...]. La información acerca del individuo ayuda a definir la situación, permitiendo a los otros saber de antemano lo que él espera de ellos y lo que ellos pueden esperar de él. Así informados, los otros sabrán cómo actuar a fin de obtener de él una respuesta determinada.<sup>253</sup>

Como nos dice Goffman en la cita anterior, el ser humano por naturaleza tiene la necesidad de convivir y empezar el desarrollo por conocer al otro, dando forma a una interacción como resultado de la sociedad.

Goffman anuncia, [...] que *vida social y vida pública se intersectan*, tanto por las formas de agrupamiento instituidas de la conversación y de la mesa como por los encuentros en la calle. Proponía examinar las formas de sociabilización y de normalización de las conductas del “proceso de sociabilización”.<sup>254</sup>

Tal y como lo describe Isaac Joseph, Goffman plantea que en la vida cotidiana, sea cual sea el momento donde se realice la interacción, hay un elemento que predomina la heterogeneidad.

Es fácilmente concebible que este planteamiento de la interacción tiene consecuencias importantes en la definición filosófica del sujeto que interactúa y veremos que no se trata precisamente ni de un yo ni de un

---

<sup>253</sup>Goffman, Erving, *La representación de la persona en la vida cotidiana*, trad. de Hildegard B. Torres Perden, Flora Setaro, Buenos Aires, Amorrortu, 2004, p.13.

<sup>254</sup>Joseph, Isaac, *Erving Goffman y la microsociología*, trad. de María Marta García Negroni, Madrid, Gedisa, 1999, p. 19.

sujeto, sino que de un *sí mismo* (self) cuya unidad es problemática puesto que no se individualiza sino dividiéndose. Se trata de un argumento tomado prestado a la otra filiación mayor de la microsociología, el Interaccionismo simbólico.<sup>255</sup>

Este Interaccionismo lo planteamos para nuestro estudio como la forma en como la televisión permite el desarrollo de la comunicación entre el televidente y la televisión. Tal es el caso de ciertos programas donde se construye la interacción entre el conductor y los televidentes.

En la medida en que todo acto implica la cooperación de más de un individuo y que todo pensamiento subjetivo se inscribe en un mundo común como una reconstrucción representada de ese mundo o de las acciones que se desarrollan en él.

El acto de presencia de sí por el cual un organismo consciente pasa de su propio sistema al de los otros no puede ser el acto de un organismo singular. La objetividad de las perspectivas, condición de una cooperación o de una coordinación de actividades, se construye en esta división recíproca. El conocimiento ordinario que consiste en pasar de una perspectiva a otra o en coordinar perspectivas en la acción, es una realidad dinámica, simultáneamente cooperación y comunicación.<sup>256</sup>

El Interaccionismo se perfila no sólo al sujeto como tal, sino a la influencia que existe entre éste y la televisión, tal y como lo menciona Goffman

Llevamos una vida social de puertas adentro. nos especializamos en medios estables, en no dejar entrar a los extraños y en conceder al actuante cierta posibilidad de aislamiento a fin de que pueda prepararse para representación.<sup>257</sup>

Para nuestro estudio, la influencia que se llega a presentar por parte de la televisión ante los televidentes, siendo más específico en los adolescentes, el Interaccionismo simbólico se justifica de la siguiente manera.

La interacción de los individuos y los grupos y el significado de los símbolos analizados por la observación participativa y documental (método de documentación) y cómo los cambios de símbolos cambian las personas y su comportamiento, sin hacer mucho énfasis en el uso de las variables, sino en las personas que manejan el significado de los símbolos como proyectos de convivencia, principalmente el lenguaje en los sistemas simbólicos captando significados por interacción.<sup>258</sup>

---

<sup>255</sup> Joseph, Isaac, *ibidem*, pp. 24-25.

<sup>256</sup> *ibidem*, p. 25.

<sup>257</sup> Goffman, Erving, *ibidem*, p. 260.

<sup>258</sup> Interaccionismo Simbólico. En línea, internet 31 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Interaccionismo\\_simb%C3%B3lico](http://es.wikipedia.org/wiki/Interaccionismo_simb%C3%B3lico)

La omnipresencia de la televisión, de manera inconsciente nos hace verla y sentirla parte de nuestra vida, de tal forma que en ocasiones repetimos patrones que nos establece como conductas.

Goffman, en su Teoría de la Interacción de Actores basada en el esquema interpretativo de la dramaturgia, estudia los ritos de interacción comunicativa que aprendemos y ponemos en juego en nuestra vida cotidiana. Define el rol como un conjunto organizado de expectativas de comportamiento en torno a una función o posición social (ej. profesor). El desempeño del rol cuando se interactúa ante los demás en un determinado contexto espacial y temporal (fachada), sobre la premisa de estar siendo observados (escenario), es la parte visible y contextualizada del *self especular*, que para Goffman es más producto de la interacción social que de la propia intervención del sujeto. Sin embargo, cuando se interactúa entre bastidores, los roles pasan a segundo plano. Cada interlocutor o actor asume uno o varios roles en la interacción en función del marco (situación-tipo reconocible por los participantes) y el escenario, así como de la imagen que se desea ofrecer a los otros. La comunicación no se limita solo a estas conductas interactivas, sino que también el contexto espacial y cultural (fachada) adquiere significado.<sup>259</sup>

Es justamente esta la relación que hacemos de la televisión hacia los adolescentes con el tema de una influencia que ejerce la televisión, demostrando que imponen un margen de interacción, tal es el caso del lenguaje.

La interacción simbólica es importante y puede en muchos casos llegar a reemplazar la comunicación verbal o a reemplazar palabras, estos símbolos pueden ser llamados también gestos que se usan para comunicarse.

Muchos lo usan como palabras claves, y diferentes grupos sociales tienen símbolos entre ellos al expresarse, muchas veces solo determinados grupos que vivieron determinada etapa o momento reconocen con facilidad símbolos y son usados frecuentemente por estos miembros o amigos.

La sinergia es la suma de las partes y como resultado obtenemos el todo más la suma de las partes esto quiere decir que al relacionarlo con la interacción simbólica y la comunicación verbal obtenemos una muy completa comunicación entre receptor y emisor.

En muchos casos se utiliza sólo la interacción verbal mas no la simbólica y el mensaje que emite en emisor puede llegar a ser confuso para el receptor, ya que influye mucho cualquier tipo de gesto facial o de interacción simbólica que el emisor proyecte, éste puede llegar a influir al mensaje de manera equivocada muchas veces, y no se logra la comunicación ni el mensaje adecuado.

En resumen, cuando usamos la sinergia en cuanto a la interacción simbólica podemos comunicarnos sin dejar dudas ni problemas al

---

<sup>259</sup> *Ídem.*

momento de expresarnos, no habrá dudas de nuestra actitud o predisposición sobre determinado tema, y tendremos éxito al hacer de nuestra idea o mensaje un resultado limpio de dudas y malentendidos.<sup>260</sup>

Con la cita anterior, podemos decir que la influencia que ejerce la televisión hacia los televidentes y éstos la captan de manera inconsciente, más allá de llegar a ser una moda, es una forma de dar resultado a la interpretación de la relación entre el televidente y la televisión, generando cada vez una estrecha conexión.

Este tipo de vínculo definido por Goffman nos establece una forma de interactuar, ya que este concepto lo singulariza como aquella relación que se forma entre los individuos, justo como lo mencionábamos al comienzo del capítulo, las formas de relacionar que se alcanzan gracias al intercambio que aprueba la televisión, ésta establece formas de ejecutarse la relación que de forma directa con los contenidos, el Interaccionismo se hace presente a través de las diversas maneras por demostrar la influencia que permite el consumo manifestándose por ejemplo, en la moda, estableciendo márgenes en la conducta propia de la sociedad.

---

<sup>260</sup> Interaccionismo simbólico, *ibidem*.

**CAPÍTULO CUARTO**  
**MANIFESTACIÓN DE LA INFLUENCIA MEDIÁTICA**  
**Y ANÁLISIS DEL ESTUDIO DE CASO DE LOS JÓVENES ESTUDIANTES**  
**DEL CENTRO DE ESTUDIOS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS**  
**No. 12 DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL**

*“La televisión es maravillosa:  
no solo nos produce dolor de cabeza, sino que,  
además, en su publicidad encontramos  
las pastillas que nos aliviarán”*  
Bette Davis

En este último capítulo, ejemplificamos a través de unas gráficas de barras, los resultados que arrojaron los resultados de la encuesta que se aplicó a unos alumnos del Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos No. 12, que pertenece al sistema medio superior del Instituto Politécnico Nacional.

Con esta técnica de investigación, logramos interactuar de cierta manera con un sector del público en general, donde a través de unas simples preguntas recabamos resultados interesantes que nos llevan al análisis, mismo que nos plantea que los jóvenes estudiantes no presentan una preocupación por la calidad del contenido televisivo.

La televisión como objeto de estudio, nos permitió conocer los pros y contras en su influencia sobre los televidentes, especialmente en los jóvenes estudiantes. El fenómeno televisivo en nuestro actual contexto, presenta múltiples facetas de interés general para los individuos; la característica de la televisión es el de ser un medio de comunicación de masas debido a lo cual se concentran en torno a ellos numerosos y variados intereses como lo es la programación que se transmite.

Como veremos en el desarrollo del presente, el tiempo destinado a ver la televisión representa el impulso de comunicación en la familia y en la sociedad, siendo la misma televisión quien se manifiesta como referente ante la toma de decisiones.

#### 4.1 Análisis de encuestas a los jóvenes estudiantes del Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos No. 12 “José María Morelos y Pavón” del Instituto Politécnico Nacional

Para este capítulo, una vez establecida la parte teórica en nuestra investigación y el desarrollo de los elementos que forman a nuestra investigación, nos interesa analizar la existencia de una influencia mediática, que se manifiesta como un fenómeno que ayuda a determinar conductas, formas de vida, maneras de comportamiento y estilos de vida, demostrando la fuerte presencia de la televisión en la vida diaria y común que tienen los jóvenes estudiantes del CECyT No. 12 del Instituto Politécnico Nacional.

Para conocer de manera más cercana esto que determinamos como influencia mediática, procedimos a la aplicación de una encuesta (ver anexo I),

ilustrando los resultados de esta técnica de investigación a nuestro análisis por medio de graficas.

Es así, que la encuesta conformada por 18 preguntas, la estableceremos en tres grupos para llevar a cabo la recogida de datos y a la vez hacer la interpretación.

El primer grupo estará conformado por reactivos que conforman a variables socioeconómicas del alumno:

- Edad del alumno en números enteros.
- Sexo del alumno

El segundo grupo conforma preguntas que nos aportaron información acerca de la dotación y equipamiento de medios de comunicación en el hogar de los alumnos:

- Cantidad de habitaciones donde vive el alumno.
- Cantidad de televisiones que tiene el alumno en su casa.
- Disponibilidad de televisión de pago.

El tercer grupo, nos reflejará el aporte informativo sobre las preferencias y uso de la televisión por parte de los alumnos:

- Canal de televisión que preferentemente se ve en casa del alumno.
- Cantidad de horas que le dedica el alumno a ver la televisión entre semana.
- Cantidad de horas que le dedica el alumno a ver la televisión los fines de semana.
- Compañía con la que el alumno ve los programas de televisión.
- Situación familiar que describe lo que ocurre en casa del alumno cuando la familia está reunida ante la televisión.
- Programas de televisión preferidos por el alumno.
- Hábitos de ver la televisión en casa a la hora de hacer otras actividades.
- Orden de preferencia del estudiante por los siguientes tipos de programas de televisión: noticieros, telenovelas, programas cómicos mexicanos, programas cómicos EE.UU., películas mexicanas, películas EE.UU., películas de otros países (excepto EE.UU.), concursos, caricaturas, series de aventuras, acción y policiacas, series de dramas, series de comedia, series de lo insólito, programas culturales / documental, transmisión de eventos deportivos, comentarios deportivos, comentarios de chismes de espectáculos y musicales.

El cuerpo del cuestionario está encabezado por una breve presentación en la que se informa al estudiante de la finalidad de la investigación, se les pide su colaboración y se les da las gracias por su participación.

El cuestionario está fundamentalmente estructurado, procurando que la mayoría de las preguntas fueran cerradas con el fin de facilitar el cumplimiento por parte de los alumnos y su captura.

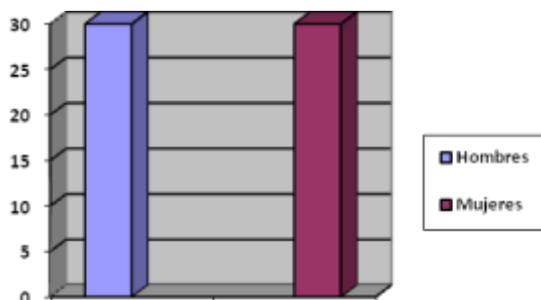
A pesar del carácter auto-administrativo con la que se realizó la encuesta, decidimos aplicar la misma ante la presencia de un profesor, dada las edades de los alumnos y su posible desinterés por contestar a ésta, para poder obtener un grado mayor de seguridad en la aplicación de este ejercicio y respondieran a toda

la serie de cuestionamientos. La aplicación de esta encuesta se realizó durante los días 1 y 2 de septiembre de 2011, a alumnos del turno vespertino.

Tomando en cuenta el orden que establecimos para determinar la estructura por la cual está definida nuestra encuesta, aquí mostramos el sexo y la edad que predomina en los alumnos que participaron.

## Resultados

### Sexo



El número de encuestas aplicadas fueron 60, de las cuales 30 fueron contestadas por hombres y las otras 30 fueron contestadas por mujeres, ésto nos ayudará a tener un margen de medición más fácil, ya que es equitativa la contestación por géneros: masculino y femenino.

### Edad

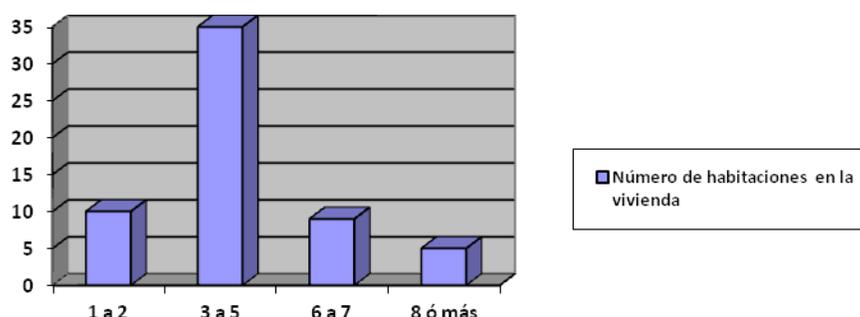


La mayoría de los alumnos se encuentran en la edad de 16 años, seguidos de aquellos que tienen 17 años, teniendo como minoría a tres alumnos de 18 años y tres de 19 años de edad, donde estos últimos por el hecho de tener mayor edad, deberían pertenecer a un nivel académico más alto como el universitario, que les permitiría el desarrollo de un mayor grado de pensamiento crítico.

La cuestión entre la televisión y los televidentes tiende a pasar de manera desapercibida, dada la relación tan “natural” que tiene tanto en las prácticas personales como en las familiares y sociales. Siendo por esto que en el segundo grupo determinamos la estructura social a la cual pertenecen los alumnos,

tomando como referencia los elementos que ayuden a determinar al nivel socio-económico que pertenecen.

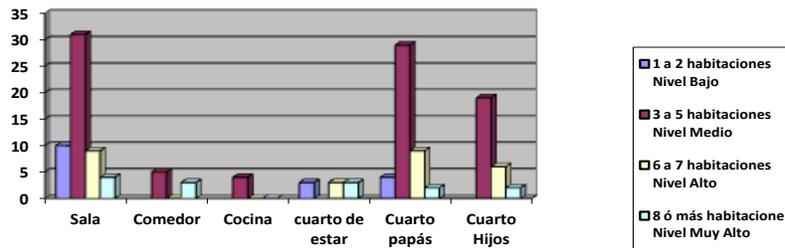
Número de habitaciones en la vivienda



Como podemos apreciar en la gráfica anterior notamos que los hogares de los alumnos, en su mayoría cuentan de tres a cinco espacios destinados para el desarrollo de la familia, tomando en cuenta que no se contaron sanitarios y azoteas. Nos guiaremos por la cantidad de habitaciones para resaltar el nivel económico de la familia entendiendo que a mayor número de habitaciones, mayor es la posición económica, ya que muchas de las encuestas oficiales se basan en la cantidad de habitaciones y en el número de focos con los que cuenta la vivienda, entendiendo esto que a mayor consumo de energía eléctrica es mayor el gasto por este servicio.

Las variables que nos resultan ante factores por sexo, edad y número de habitaciones, nos manifiesta que todos los alumnos tienen mínimo una televisión en sus hogares, donde la variable que representa al sexo, no causa mayor referencia porque tanto hombres como mujeres tienen el mismo acceso a la televisión y ésta va adquiriendo mayor presencia ante el número de habitaciones, siendo que en muchas de esas casas tienen dos o más televisiones distribuidas en diferentes habitaciones. Siguiendo la dinámica del número de habitaciones, reflejaremos la cantidad de televisiones que tiene cada hogar.

## Lugares de la casa donde hay televisiones



Es interesante como en las familias de nivel económico medio (3 a 5 habitaciones) prevalece la presencia de la televisión, donde el promedio de la ubicación se encuentra en la sala y en las recamaras de los papás como de los hijos, en comparación con las familias de mayor ingreso económico, inconscientemente creíamos que por su nivel adquisitivo tendría mayor número de televisiones y no es así, esto nos da pauta a creer que estas familias tienen otros intereses, como llevar un ritmo alto de vida social o un alto nivel cultural.

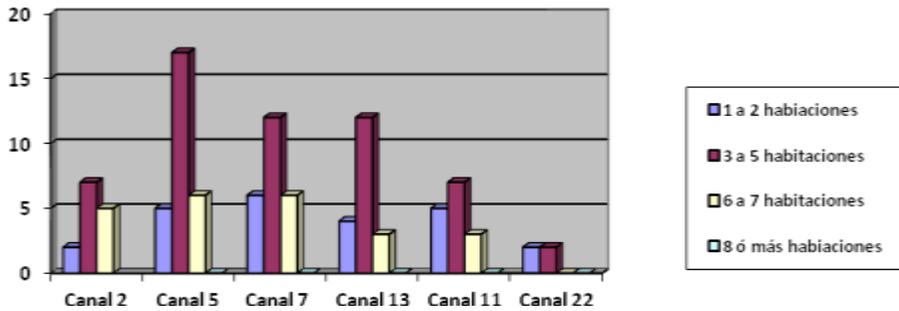
No hay duda de que el formidable éxito obtenido por las diversas manifestaciones mediáticas no debe atribuirse a su capacidad de ofrecer un universo de esparcimiento, de ocio, de olvido, de sueño. Así pues, innumerables estudios han podido subrayar sin mayor riesgo que la evasión era la necesidad primordial que sustentaba el consumo cultural. Para sociólogos como Lazarsfeld o Merton y, todavía más, para filósofos como Marcuse o Debord, la cultura de evasión se ha convertido en un nuevo opio del pueblo cuya tarea es hacer olvidar la miseria y la monotonía de la vida cotidiana.<sup>261</sup>

Dentro de nuestra encuesta observamos que las familias de nivel medio (3 a 5 habitaciones) cuentan con un porcentaje del casi 70% de televisión de paga, es decir, que este tipo de familias les interesa tener un contenido “variado”, pero curiosamente este tipo de televisión en su mayoría ofrece canales con gran contenido de entretenimiento musical, películas, series y poco contenido cultural.

Tomando en cuenta que todas las familias de los alumnos que fueron participes de la encuesta cuentan con televisión, es aquí donde podremos ejemplificar al tercer grupo que nos arrojará al tipo de programa de su preferencia y sobre todo a las actividades que realizan en función con la televisión. Tomaremos únicamente en cuenta a los canales de televisión abierta, de los cuales planteamos su preferencia al ver ciertos canales ya sea diario o 2 ó 4 días a la semana y la representamos de la siguiente manera.

<sup>261</sup>Lipovetsky, Gilles, *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, trad. de Felipe Hernández y Carmén López, 4ª ed., Barcelona, Anagrama, 2010, p. 251.

## Número de canal



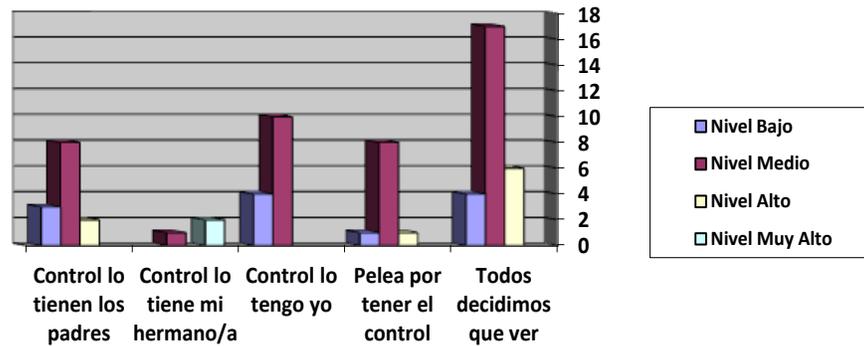
Como apreciamos en la muestra anterior, el canal con mayor audiencia es el canal 5 que pertenece al consorcio Televisa, mismo que es famoso por la transmisión de caricaturas, series policiacas, y comerciales que en la hora destinada a dormir, transmiten comerciales de productos “milagro” que pueden considerarse novedosos.

Al igual que los objetos y la cultura de masas, los grandes discursos de la razón se hallan atrapados por la irresistible lógica de lo Nuevo, son arrastrados por una turbulencia que, si bien no es absolutamente idéntica a la de la moda en el sentido estricto del término, no por ello deja de ser menos análoga en sus principios. Hoy día, también el mundo de la conciencia se halla bajo el orden de lo superficial y lo efímero, tal es el nuevo reparto de cartas en las sociedades democráticas [...]. Se trata de demostrar cómo logra infiltrarse (la televisión) hasta en las esferas a priori más refractarias a los juegos de la moda (del consumo).<sup>262</sup>

Ahora será interesante saber la situación que describe mejor lo que ocurre en las familias de los encuestados en el momento de estar reunidos y decidir qué programa mirar.

<sup>262</sup> Lipovetsky, Gilles, *ibidem*, p. 270.

## Control del televisor



Como vemos predomina en las familias la convivencia pacífica y equitativa en momento de decidir lo que se va a mirar en la televisión, también no hay que perder de vista que cuando miramos solos la televisión, somos nosotros mismos los que decidimos que mirar.

Otro dato curioso que dio resultado interesante son los programas que acostumbra a ver entre ellos destacan:

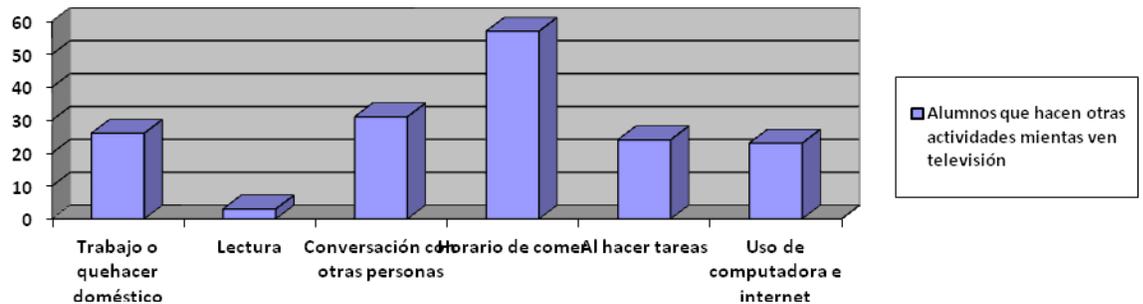
- Telenovelas (La vida es una canción, Lo que callamos las mujeres; Alborada; Rosa de Guadalupe; La casa de al lado; Soy tu fan; A prueba de todo).
- Series (Criminal mints; Bones; The bing bang theory; Malcom el de en medio; Drake y Josh; Octavo mandamiento; Bienvenida Realidad; Two and a half men; Small ville; Friends; Doctor House; 16 and pregnat; Grey's and anatomy; La Ley y el orden; El mentalista; Lie to me).
- Caricaturas (Los Simpson, Los pingüinos de Madagascar; Dragon Ball Z; Bob esponja; Dora la exploradora; Nickelodeon; Phineas and Ferb).
- Concursos (Venga la alegría; Se vale; Hoy; Sabadazo; Guerra de chistes, Esa cañón con Yordi Rosado; El internado, Azteca trece).
- Deportes (TV-Deportes; La jugada; Los protagonistas; Nascar).

Con estos resultados podemos decir que existe una dependencia hacia programas que tienen un contenido que no permite un desarrollo educativo ni mucho menos cultural, sino en su totalidad el contenido es con el fin de consumir. Además hay que tener en cuenta que como lo mencionábamos en el tercer capítulo, la televisión a adquirido la necesidad de proyectar una necesidad que sea considerada como un elemento para satisfacer la vida o incluso fomentar el desarrollo de sus potencialidades, es decir, convencer a la gente de que "necesite" ese algo que se implanto en el pensamiento por medio de la publicidad, siendo la publicidad uno de los componentes para el fenómeno que analizamos, reflejándolo con autores como Gilles Lipovetsky en su obra El Imperio de lo efímero,

Es verdad que el consumidor se encuentra a veces atrapado en una maniobra cuidadosamente preparada: un antiguo producto cuya muerte ha sido deliberadamente acelerada por su fabricante, y la simultánea aparición de un “nuevo modelo mejorado”, anunciando como un don celestial de la más reciente tecnología.<sup>263</sup>

También es muy importante conocer que la televisión teniendo el adjetivo de ser omnipresente, ha permitido la interacción no sólo con otros personajes sino con otras actividades, mismas que son realizadas en función de este aparato.

Alumnos que hacen otras actividades mientras ven televisión



Es una alerta a la sociedad, gracias a los resultados obtenidos por medio de la opinión pública, reducida al sector de estudiantes del CECyT 12, llegamos a demostrar que tenemos una dependencia hacia la televisión, manifestándose como si se tratara de una fuerte adicción, ya que no existe ninguna necesidad tener la televisión encendida mientras realizamos otras actividades. Como padres de familia deben cuidar la educación de sus hijos, ya que en la gráfica anterior exponemos que menos de la mitad de los alumnos encuestados mencionan que hacen sus tareas escolares con la televisión encendida, esto es preocupante porque el rendimiento educativo es crítico, generando una influencia ante la ausencia de criterio propio, dando pie a la influencia mediática a través de lo que mencionábamos en el tercer capítulo, el consumo siguiendo la línea de la moda, tal como lo menciona Lipovetsky:

Mientras que los individuos buscan ante todo parecerse a sus contemporáneos y no a sus antepasados, las corrientes de imitación se separan de los grupos familiares y de los medios de origen. En lugar cerrado determinismos del cuerpo, de clase, de país, se despliegan influencias múltiples, transversales, recíprocas. El objetivo de la moda designa “el dominio libre y sin trabas de la imitación”, y el estado social en que los contagios mimétricos se aceleran y se ejercen más allá de las barreras de clases y naciones. No es cierto que las clases, las naciones o los grupos de edad no determinen ya comportamientos

<sup>263</sup> Toffler, Alvin, *El Shock del futuro*, trad. de J. Ferrer Aleu, Barcelona, Plaza & Janés, 1974, p. 89.

específicos, pero las influencias de este tipo son cada vez menos exclusivas y unilaterales [...]. Lejos de ser equivalente a la uniformización de los comportamientos, usos y gustos, el imperio de la moda conlleva la personalización de los individuos.<sup>264</sup>

Para ello es importante comprender que muchos de los adolescentes cubren su tiempo libre con la televisión, teniendo la opción de realizar otras actividades, que como ellos lo mencionan en la entrevista, hacer ejercicio, llevar una interacción satisfactoria con los miembros de su familia, jugar videojuegos, pero en relación a su educación, ninguno respondió por ejemplo, leer el periódico, un libro o simplemente una revista. Como vemos, la estimulación por generar un gusto a la lectura, al conocimiento es remplazado por la afición de mirar la televisión, donde la imaginación no tiene espacio donde desarrollarse, ni mucho menos estimularse.

De la oferta de programas en televisión, los jóvenes se inclinan preferentemente y en este orden por los programas de cine, musicales, teleseries, humor y deportivos [...] aparecen los programas de concursos, dibujo animados, reality-shows.<sup>265</sup>

Justamente es el punto de nuestro análisis el demostrar que la televisión ha perdido su función inicial, comunicar, tal y como se ha clasificado entre *los medios de comunicación* ahora *masiva*, donde sus contenidos nos llevan a consumir y a generar una influencia en nuestro desarrollo.

Si consideramos estas cuestiones desde el punto de vista de los efectos, podemos caracterizar el uso de la televisión por las clases dominantes, como orientado a la búsqueda del efecto de hegemonía.<sup>266</sup> Tanto en los procesos a corto como a largo plazo, sea a través de diversión, deporte, anuncios publicitarios, noticieros, reportajes, telenovelas, series extranjeras, programas musicales o cualquier otro tipo de programa la intención es lograr el efecto de hegemonía: lograr que los dominados piensen, sientan, quieran y actúen en forma congruente con los intereses dominantes. A las circunstancias señaladas se añade la verticalidad en el proceso de difusión masiva de mensajes. De un lado, instalada en el poder, la televisión habla a las

---

<sup>264</sup> Lipovetsky, Gilles, *ibidem*, p. 310.

<sup>265</sup> Ballesta, Javier, *ibidem*, p. 92.

<sup>266</sup> Se entiende como la dominación y mantenimiento de poder que ejerce una persona o un grupo para la persuasión de otro u otros sometidos, minoritarios o ambas cosas, imponiendo sus propios valores, creencias e ideologías que configuran y sostienen el sistema político y social, con el fin de conseguir y perpetuar un estado de homogeneidad en el pensamiento y en la acción, así como una restricción de la temática y el enfoque de las producciones y las publicaciones culturales. En Pratt Fairchild, Henry, *ibidem*, p. 140.

masas humanas en forma unidireccional, en tanto que éstas se ven cotidianamente sometidas a su influencia educativa.<sup>267</sup>

Es de tal forma que las grandes empresas televisoras su interés primordial es poco a poco ir obteniendo una gran presencia, haciendo de los televidentes un mercado que les genere una economía fuerte, ya que muchos televidentes damos por entendido que lo que miramos en la pantalla es inofensivo.

De la televisión considerada empresa capitalista como condición inicial, se derivan varias consecuencias necesarias para su práctica y uso social. En primer lugar, la empresa es la célula básica de todo un sistema social, dentro del cual, sin perder su carácter de empresa, la televisión adquiere el status de organismo político-educativo del conjunto de intereses capitalistas.

En segundo lugar, al ser la televisión una empresa, sigue inexorablemente las leyes económicas por las cuales tarde temprano llega a convertirse en un monopolio. Si se toma en consideración además su importancia para el conjunto de los intereses capitalistas, se comprende el por qué en un momento de amenaza a dichos intereses, surge la coyuntura para la centralización aún mayor de la televisión en México.

En tercer lugar, más allá de la televisión y otros medios de información, están los intereses de los grandes monopolios económicos nacionales y transnacionales, los cuales apoyan financiera y políticamente el monopolio de la televisión, del que se sirven.

La televisión empresarial se encuentra entonces determinada por las formas más avanzadas y concentradas del capital, verdaderos usufructuarios de la información televisiva.<sup>268</sup>

Desafortunadamente nuestro mundo actual gira en torno a los medios de comunicación y con el avance de la tecnología, nuestra vida se hace más dependiente a ella, haciendo de ésta un modo de vida disfrazando su influencia en comodidad.

Es indudable que, la complejidad del mundo actual ha rebasado con mucho a los medios de comunicación masiva. El meollo del problema incide, naturalmente en quienes lo manejan y la información que transmiten al público.

.....  
El siglo XX, siglo de luces y de sombras, trajo al mundo de los medios de comunicación aparte de otros medios precedentes, el invento de la televisión, llamada sin reservas "la otra caja de Pandora" [...]. Con la televisión aparece la "catodofilia" o sea "la tendencia contemporánea de embelesarse con las imágenes que dibujan los rayos catódicos en el receptor de la televisión.

---

<sup>267</sup> Montoya, Alberto, Rebell C., María Antonieta, *El impacto educativo de la televisión en los estudiantes del sistema nacional de telesecundaria*, México, UAM-Xochimilco, TICOM, 1983, p. 24.

<sup>268</sup> Montoya, Alberto, Rebell C., María Antonieta, *ibidem*, p. 25.

Así tenemos, por un lado, a la pantalla chica y, por el otro, miles o millones de espectadores pasivos, cuya inmensa mayoría literalmente cree todo lo que está viendo, puesto que lo que ve, está ahí, a corta distancia de su vista.

Joseph Rendón nos señala que en una investigación reciente se arroja lo siguiente: las mujeres británicas pasan directamente cuatro horas y media frente al televisor. Las damas americanas, siete horas cada día. Los Estados Unidos es el país donde se ve más televisión en todo el mundo. En España, tres horas con treinta y cinco minutos. ¿Y en México?

“La televisión condena a sus receptores a una pasividad absoluta además de hipnotizarlos”, nos señala este autor y, agrega: “el teleadicto ideal es el personaje principal de *La naranja mecánica* de Stanley Kubrik: sentado y atado con una camisa de fuerza, mantiene los ojos artificialmente abiertos de par en par gracias a una pinza, mientras el auxiliar los humedece constantemente con unas gotas de agua destilada que sustituyen los movimientos de los párpados. El ejemplo arquetípico de consumidor quieto, sufrido, apático... pocas sociedades han pasado tanto tiempo con un tipo de diversión, ni los griegos con el teatro,, al que solamente iban en determinadas épocas del año durante dos o tres días; ni los romanos con sus circos, de los que solamente habían ocho funciones en un año; ni la gente de la época medieval, con los carnavales que duraban a lo sumo, una semana. No tenemos escapatoria. Su poder de seducción es tan convincente que también lo puede desarrollar si está desenchufada o desde la casa del vecino. Un antropólogo estadounidense llegó a decir que este aparato (sic) “cumple su misión cultural incluso cuando está apagado”<sup>269</sup>.

Respecto al marco teórico que referimos, finalmente nuestra investigación nos acompaña a plantear que miembros del público elegidos para este interés, nos dan la pauta a comprender que el binomio televidente y la televisión permite el acercamiento a la creación de una forma de pensar como un conjunto de ideas y creencias originando un estilo de vida permitiendo la creación de nueva personalidad, dando paso al tipo ideal que nos presenta Max Weber y así interpretar las acciones, comprendiendo a los individuos y a las relaciones que se generan en torno a la televisión.

El fenómeno que vivimos hoy en día, como es el televisivo, tiene consigo muchas etapas de interés general para los televidentes, la característica de la propia televisión es el que se concentren en ella numerosos y diversos intereses concentrados en la programación que transmite, además de conocer que los horarios de transmisión están definidos por la estructura de la jornada familiar y social permitiendo una manera de interacción que permite a su vez el desenvolverse en la sociedad por medio de roles, normas que son socialmente establecidas, es decir, nuestro esparcimiento en la sociedad se basa en los

---

<sup>269</sup>Feher Trenscher, Eduardo Luis, “Los medios y su vocación de libertad con responsabilidad,” en *Memorias del Parlamento. El binomio Derecho y Política frente al desafío 2006*, México, LIX Legislatura. H. Cámara de Diputados, 2006, pp. 138-144.

patrones que gobiernan nuestra vida de todos los días al paso de que en cualquier sitio en su mayoría están instaladas televisiones.

Convertido en el medio de comunicación con mayor influencia dentro de los hogares, llevando inmerso un estilo de vida unida a necesidades, aspiraciones y formas de pensar, actuando con el propósito de crear una masa de usuarios que responde a los intereses de los grupos económicamente dominantes.

Por otro lado, hacer hincapié a lo que percibimos visualmente, paradójicamente, ocultar mostrando; esto ocurre cuando se muestra algo distinto de lo que tendría que mostrar si hiciera lo que se supone que ha de hacer, es decir, en el caso de un noticiero es, informar mostrando lo que debe pero de una forma que pase desapercibida o mejor dicho parezca insignificante o que tome un sentido que no corresponda a la realidad,

El universo de la televisión es un campo sometido a las necesidades del campo económico a través de los índices de audiencia, siendo que este campo está sometido a las imposiciones comerciales.

Concluyendo la televisión está involucrada en la administración del tiempo, en la formación del trabajo, en la creación y mantenimiento de las relaciones sociales y sobre todo en las identidades personales. Así mismo, la televisión hace que los hábitos de consumo e interacción con respecto a ella se modifiquen, originando que las clases sociales den diferentes usos y demanden diferentes cosas, por ejemplo, los hombres parece que prefieren ver programas con contenido deportivo, programas de acción, mientras que las mujeres prefieren los dramas y una programación basada en la música, danza o comedia.

## CONCLUSIONES

1. Como hemos venido señalando en el cuerpo de este nuestro trabajo de investigación, la televisión es un medio de comunicación masiva, que además de emitir imágenes con movimientos y sonidos a través del tiempo y el espacio, se ha convertido en un proceso de enorme influencia en nuestra sociedad, debido a que ésta actualmente se encuentra inmersa mayoritariamente en un mundo de interés comercial.
2. La observación que se hace de los contenidos televisivos, son con la finalidad de entender que la televisión más que ser un aparato que alcance la interacción social, sea una herramienta que beneficie el desarrollo humano, ya que, hoy en día, la programación televisiva demuestra el reflejo del interés que existe en nuestra sociedad.
3. En la llamada barra de canales abiertos, la mayoría de los programas que se transmiten actualmente, tienen como finalidad única, el entretener y vender. De esta manera nuestro interés por analizar este factor mediático que gracias al consumo permite la influencia no sólo a la sociedad en general, sino para este caso específico, en los jóvenes, produciendo una enajenación ante su situación escolar y a lo que le debe acontecer como ser humano y ciudadano de una nación.
4. Estimamos que el televidente como receptor, debería recibir el impacto de una programación educativa, formativa que invite a la reflexión, a la crítica. En suma una televisión con contenidos de carácter ético, liberal y nacionalista en el buen sentido de la palabra, procurando valores sociales. Sin embargo la realidad es otra, pues como sabemos todo tiene un trasfondo comercial toda vez que estas empresas se rigen exclusivamente por implementar sus ganancias dejando de lado los valores a que hemos hecho referencia anteriormente.
5. Como vimos en el cuarto capítulo, ejemplificamos que la presencia de la televisión gracias al interés de los jóvenes estudiantes por los contenidos televisivos, mismos que se benefician de la enajenación del público, tal y como lo marca Zygmunt Bauman la sociedad de productores es transformada en una sociedad de consumidores permitiendo una influencia mediática; también no hay que perder de vista, que este reflejo de consumo también se hace presente en la forma de pensar, actuar y hasta de idealizarse con la personalidad de los protagonistas. Este último punto, para nuestra investigación es muy importante, ya que además de pasar por largas jornadas del tiempo mirando la televisión, muchos de los jóvenes estudiantes no desarrollan su nivel intelectual ni mucho menos lo ejercitan, acrecentando la ausencia de crítica, entre otros factores, como el de crear códigos de interacción, tal y como hacemos referencia con Erving Goffman quien nos plantea que en las sociedades actuales se ejerce el interaccionismo simbólico, mismo que se manifiesta más allá de lo verbal.
6. La interacción que ha logrado la televisión ha sido muy fuerte, pues ha permitido que más de dos personajes (televidente y emisor) interactúen, no

sólo de manera física sino también con ayuda del desarrollo de la tecnología, se convierta en un interaccionismo electrónico.

7. En el capítulo primero estudiamos lo referente al campo teórico, dentro del cual coincidimos con Max Weber que para el momento de hacer una acción nos plantea que ésta se define como aquella conducta humana a la que el sujeto concede un sentido subjetivo, donde la acción está orientada hacia la conducta de los demás, lo podemos ejemplificar con una misma acción que puede tener más de un significado, al momento de guiñar un ojo a alguien que cerrarlo de pronto porque nos entró algo, o sea, en el primer caso, estamos ante una situación con sentido, en cambio en el segundo no. Llevando a un caso práctico, la televisión transmite una diversa variedad de contenidos, mismos que serán canalizados de diferente manera por cada televidente, haciendo de él el responsable único del sentido que le dé.
8. Ante una situación como la antes mencionada, los jóvenes estudiantes ubican en los medios de comunicación masiva, la televisión para este caso, los contenidos que incitan a la necesidad de adaptarse ante una novedad, demostrando en ellos la presencia del fenómeno de influencia, tal y como lo presenta en el tercer capítulo Gilles Lypovetsky quien estima que la moda hace su presencia en los televidentes haciendo de ellos personas vulnerables que no resisten la presencia de la manipulación mediática. Por ejemplo: el ejercicio de consumo en muchas ocasiones no se lleva a cabo de manera inmediata al ver el anuncio por televisión, sino que los contenidos que se transmiten se quedan grabados en la memoria, gracias a los elementos que utiliza la mercadotecnia para lograrlo, y en el momento menos pensado estos recuerdos toman forma llevando al televidente a actuar de acuerdo a lo que su mente asimiló, dando como resultado a la influencia.
9. La televisión en general nos brinda un género de enseñanza; aun los anuncios y los programas de entretenimiento enseñan, nos enseñan a diferenciar entre los productos que son aceptables para su uso y aquellos productos que prometen darnos felicidad. La televisión muestra cosas agradables presentándolas de forma atractiva para hacerlas deseables, necesarias y creíbles, de esa forma juega con la información manejada llevando el control en ámbitos: político, económico, social y cultural.
10. La televisión ha formado una cultura televisiva que hoy en día, no comunica, ni enseña, mucho menos facilita el éxito de una televisión de calidad; tanto en su contenido como en el área de producción, debiendo llevar consigo una participación social que ayude a la construcción de una televisión de contenido educativo e informativo.
11. La falta de calidad que existe en los contenidos de la televisión, es la constante que circula en los hogares de los jóvenes estudiantes, donde la influencia que efectúa en el mundo de la comunicación permite la monotonía y enajenación.
12. La televisión ocupa un lugar central en la vida cotidiana, siendo este uno de los principales resultados que arrojó la encuesta, que fue aplicada a un grupo de jóvenes estudiantes del nivel medio superior; donde ésta fue

construida hacia la relación que existe entre el receptor y la televisión. Así mismo, el análisis que desarrollamos en la recopilación de datos, nos hizo reflexionar que la televisión se ha convertido en “la niñera” como algunos autores la consideran, ya que muchos padres de familia no perciben como un problema la fuerte interacción que existe entre sus hijos y el contenido banal en los programas, concibiendo a los jóvenes como seres vulnerables, ya que la etapa biológica en la que se encuentran permite ser presa fácil de una influencia, que genera una enajenación, donde la mayoría de las veces es orientada a un consumo excesivo.

13. Hay quienes sostienen que los medios de comunicación son sólo el medio para reforzar puntos de vista individuales, mientras que la presente investigación sostiene que la televisión, tiende a influenciar en la estructura social, transgrediendo a las creencias, valores, conocimientos y modos de vida, por lo que es urgente que exista una regulación en materia del contenido televisivo para que la sociedad sea quien verdaderamente se beneficie y no unos cuantos de manera económica; dando lugar a una televisión de calidad, que incite a pensar, reflexionar, crear y educar con responsabilidad y calidad ética, necesario para hacer verdadero su desarrollo.

Así pues, después de haber analizado la televisión mexicana desde su origen hasta el momento actual, considerando sus contenidos e influencia que ejerce en la adolescencia, reflejadas en las estadísticas que presentamos y el impacto que generan, concluimos en términos generales, que nuestra hipótesis misma que planteamos en nuestra introducción y sin perder de vista a ésta en el desarrollo de este trabajo de investigación, determinamos que los contenidos televisivos permiten la enajenación de los adolescentes a través de programas que les son llamativos, demostrando que la televisión no educa, ni invita a la reflexión, ni produce interés cultural de los receptores. Además de que influye en los modos conducta, produce en algunos, sentimientos variados en los que pueden incluir los relativos a la frustración. Por lo tanto en la forma en que se encuentran actualmente podemos calificarla como francamente negativa.

Teniendo como marco referencial los aspectos comerciales, estimamos que los contenidos televisivos presentes y futuros serán muy difíciles de ser modificados, a menos que una vigilancia por parte de las autoridades en relación a estos contenidos procuren la existencia de una reglamentación jurídica coercitiva que obligue a mejorarlos.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

### a) Bibliografía:

- AGUILAR VILLANUEVA, Luis. *Weber: la idea de la Acción Social*. Vol. II, UNAM, Coord. Humanidades, México, 1989.
- ALBERT, Pierre; Tudesq, Andre-Jean, *Historia de la radio y televisión*, trad. Diana Irene Galak Cuchacovick, 2ª ed., Fondo de Cultura Económica, México, 2001.
- ALTHUSSER, Louis, *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*, trad. de Ideologie et appareils d'État, 16ª. reimpresión, México, Ediciones Quinto Sol, 2005.
- BALLESTA, Javier, *et al.*, *El consumo de medios en los adolescentes de secundaria*, Editorial CCS, Madrid, 2003.
- BAUMAN, Zygmunt, *Vida de consumo*, trad. de Mirta Rosenberg y Jaime Arrambide, Fondo de Cultura Económica, México, 2007.
- BERGER, Peter L., Luckmann Thomas, *La construcción social de la realidad*, 1 ed., 22ª. reimpresión, Buenos Aires, Amorrortu, 2011.
- BORBÓN, Rafael, *Crisis mundial y medios de comunicación*, México, Radio TV, Fundación Latinoamericana de radio y televisión, 2009.
- BRÜNNER, José Joaquín, *Educación e internet. ¿La próxima revolución?*, Chile, Fondo de Cultura Económica, 2003.
- CAMELO DEL RÍO, Luis, "Breve semblanza histórica del IPN" en *Agenda Escolar 1999 – 2000*. Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, "Unidad Culhuacán", IPN, México, 1999.
- CELIS García, Nephtalí, *El poder de la comunicación. La comunicación del poder*. México, Porrúa, 2007
- CLARK, Charles S., John Condry, *et. al.*, *La televisión es mala maestra*, trad. de Isidro Rosas Alvarado, Fondo de Cultura Económica, México, 2006.
- CRESPI, Irving. *El proceso de opinión pública. Cómo habla la gente*, trad. de María Gómez y Patiño, Ariel, España, 2000.
- DETRÉS Collazo, Héctor, *Televisión. Sus efectos en niños y adolescentes*, CLIE, España, 1995.
- EAGLETON, Terry, *Ideología. Una introducción*, trad. de Jorge Vigil Rubio, Barcelona, Paidós, 2005.
- ECO, Umberto, *Apocalípticos e Integrados*, trad. de Andrés Bolgar, Tusquets, México, 2006.
- *EL IPN. 75 años con México*, México, La Jornada Ediciones, 2011.
- ETCHEVERRY, Guillermo, *La tragedia educativa*, Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2005.
- FEHER TRENSCHINER, Eduardo Luis, *Los medios y su vocación de libertad con responsabilidad*, en *Memorias del Parlamento. El binomio Derecho y Política frente al desafío 2006*, LIX Legislatura. H. Cámara de Diputados, México, 2006.

- FUENTES NAVARRO, Raúl, *La comunicación desde una perspectiva sociocultural. Acercamientos y provocaciones 1997-2007*, ITESO, México, 2008.
- GIDDENS, Anthony, *Política y sociología en Max Weber*, trad. de Andrés Linares, Alianza, España, 2002.
- -----, *El Capitalismo y la Moderna Teoría Social*. Trad. de Aurelio Box Duich, Labor, Barcelona, 1994.
- GINER, Salvador. *Teoría Sociológica Clásica*. Ariel, España, 2001.
- GINGOLD, Laura, *Opinión Pública*, en Baca Olamendi, Laura; Bokser-Lierant, Judith; et al, *Léxico de la Política*, Fondo de Cultura Económica, México, 2000.
- GOFFMAN, Erving, *La representación de la persona en la vida cotidiana*, trad. de Hildegard B. Torres Perren y Flora Setaro, Buenos Aires, Amorrortu, 2004.
- GONZÁLEZ URIBE, Héctor. *Teoría Política*. 14ª. ed., México, Porrúa, 2004.
- HABERMAS, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública*, Trad. de A. Donénech y R. Grasa, Gustavo Gili, Barcelona, 1994.
- HEKMAN, Susan J, *Max Weber, el tipo ideal y la Teoría Social Contemporánea*, Trad. de Ángel Federico Nebbia Diesing, México, McGraw-Hill, 1999.
- HERNÁNDEZ ZUÑIGA, Oscar Fernando, *Sociología de la educación*, México, Universidad Santander, 2007.
- JOSEPH, Isaac, *Erving Goffman y la microsociología*, trad. de María Marta García Negróni, España, Gedisa, 1999.
- LEÓN LÓPEZ, Enrique G., *El Instituto Politécnico Nacional. Origen, Evolución Histórica*. 2ª ed., México, IPN, 2002.
- LIPOVETSKY, Gilles, *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, trad. de Felipe Hernández y Carmen López, 4ª ed., Barcelona, Anagrama, 2010.
- LLANO, Rafael. *La Sociología Comprensiva como Teoría de la Cultura. Un análisis de las categorías fundamentales del pensamiento de Max Weber*. Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 1992.
- LUHMANN, Niklas, *La realidad de los medios de masas*, trad. de Javier Torres Nafarrete, Barcelona, Anthropos Editorial, 2000.
- MANNHEIM, Karl, *Ideología y utopía: una introducción a la sociología del conocimiento*, trad. de Salvador Echavarría, Mexico, Fondo de Cultura Económica, 2004.
- MARAFIOTI, Roberto, *Sentidos de la comunicación. Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación*, 3ª ed., Buenos Aires, Biblos, 2010.
- MELÉNDEZ CRESPO, Ana, *La TV no es como la pintan: ¿La maquillamos juntos?*, México, Trillas, 2002.
- MILLÁN, José Antonio, *De redes y saberes. Cultura y educación en las nuevas tecnologías*, Madrid, Aula XXI, Santillana, 1998..

- MONTERO RIBERO, Yolanda, *Televisión, valores y adolescencia*, 1ª., España, Gedisa, 2006.
- MONTOYA, Alberto, Rebell C. María Antonieta, *El impacto educativo de la televisión en los estudiantes del sistema nacional de telesecundaria*, México, UAM-Xochimilco, Cuadernos del TICOM, 1983.
- PALACIO, Manuel, *Historia de la televisión en España*, 1ª ed., España, Gedisa, 2001.
- PÉREZ TORNERO, José Manuel, *Comunicación y educación en la sociedad de la información. Nuevos lenguajes y conciencia crítica*, Barcelona, Paidós Ibérica, 2000.
- PRATT FAIRCHILD, Henry, *Diccionario de Sociología*, trad. de T. Muñoz; J. Medina Echavarría; J. Calvo; Fondo de Cultura Económica, México, 1997.
- RITZER, George. *Teoría sociológica clásica*, trad. de María Teresa Casado Rodríguez, 3ª. ed. México, McGraw-Hill, 2005.
- ----- *Teoría Sociológica Moderna*, trad. de María Teresa Casado Rodríguez, 5ª. ed. México, McGraw-Hill, 2002.
- RIVADENEIRA PRADA, Raúl. *La opinión pública*, 4ª ed., México, Trillas, 2005.
- RODRÍGUEZ GARCÍA, Sandy, *Fuego cruzado. Las mediaciones televisivas en la familia*, México, Miguel Ángel Porrúa, 2010.
- RODRÍGUEZ ILLERA, José Luis, *El aprendizaje virtual. Enseñar y aprender en la era digital*, Argentina, Ediciones Homo Sapiens, 2004.
- SARTORI, Giovanni, *Homo videns. La sociedad teledirigida*, trad. de Ana Díaz Soler, México, Taurus, 2007, p.69.
- SILVERSTONE, Roger, *¿Por qué estudiar los medios?*, trad. de Horacio Pons, Argentina, Amorrortu editores, 2004.
- TIMASHEFF, Nicholas S. *La teoría sociológica*, trad. de Florentino M. Torner, México, Fondo de Cultura Económica. 2006.
- TOFFLER, Alvin, *El Shock del futuro*, trad. de J. Ferrer Aleu, Barcelona, Plaza & Janés, 1974.
- TRUEBA LARA, José Luis, *La tiranía de la estupidez. Los otros rostros del siglo XXI*, México, Taurus, 2008.

## b) Mesografía

- ALEMÁN VALDÉS, Miguel. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible:  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Miguel\\_Alem%C3%A1n\\_Vald%C3%A9s](http://es.wikipedia.org/wiki/Miguel_Alem%C3%A1n_Vald%C3%A9s)
- AZCÁRRAGA VIDAURRETA, Emilio. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible:  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Emilio\\_Azc%C3%A1rraga\\_Vidaurreta](http://es.wikipedia.org/wiki/Emilio_Azc%C3%A1rraga_Vidaurreta)

- BOUZA, FERMÍN. “Desventuras de un concepto claro y distinto: *Opinión Pública*” de *Reflexiones sociológicas. Libro homenaje a José Castillo Castillo*, VV. AA, 2004. En línea, internet 16 de julio de 2011, disponible: <http://cim.anadolu.edu.tr/article?aid=104>)
- CENTRO DE ESTUDIOS CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS No. 12 “José María Morelos y Pavón”. En línea, internet 17 de agosto de 2011, disponible: [www.ipn.netii.net/voca12.html](http://www.ipn.netii.net/voca12.html) 17/08/11.
- DEMIURGO. En línea, internet 29 de agosto de 2011, disponible: <http://es.wikipedia.org/wiki/Demiurgo>
- DE LA MADRID, Hurtado, Miguel. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Miguel\\_de\\_la\\_Madrid\\_Hurtado](http://es.wikipedia.org/wiki/Miguel_de_la_Madrid_Hurtado)
- ECONOMÍA Y SOCIEDAD. En línea, internet 26 de septiembre de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_y\\_sociedad](http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_y_sociedad)
- ESCUDOS del IPN y de sus escuelas, centros y unidades. En línea, internet 5 de octubre de 2011, disponible: [http://www.decanato.ipn.mx/pdf/escudos\\_ipn.pdf](http://www.decanato.ipn.mx/pdf/escudos_ipn.pdf)
- FERNÁNDEZ PEÑA, Fernando, “Orígenes y desarrollo de la televisión por cable en los Estados Unidos y España. ¿Caminos bacheados hacia una autopista común?”, Facultad de ciencias de la comunicación, Universidad del País Vasco, España, 1999. En línea, internet 11 de agosto de 2011, disponible: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999dse/43va5.htm>
- GUTIÉRREZ BARÓ, Elsa, *Adolescencia y juventud: Concepto y características*. En línea, internet 30 de septiembre, disponible: <http://www.sld.cu/libros/libros/libro5/tox1.pdf>
- INTERACCIONISMO SIMBÓLICO. En línea, internet 31 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Interaccionismo\\_simb%C3%B3lico](http://es.wikipedia.org/wiki/Interaccionismo_simb%C3%B3lico)
- INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL. En línea, internet 17 de agosto de 2011, disponible: [www.ipn.mx](http://www.ipn.mx)
- HERMENÉUTICA. En línea, internet 22 de agosto de 2011, disponible: [www.wikipedia.org/wiki/Hermenéutica](http://www.wikipedia.org/wiki/Hermenéutica)
- LÓPEZ MATEOS, Adolfo. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Adolfo\\_L%C3%B3pez\\_Mateos](http://es.wikipedia.org/wiki/Adolfo_L%C3%B3pez_Mateos)

- MASS MEDIA. En línea, internet 29 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Medio\\_de\\_comunicaci%C3%B3n\\_de\\_masas](http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicaci%C3%B3n_de_masas)
- MEJÍA BARQUERA, Fernando, *¿Quién es el “padre” de la Televisión Mexicana?* En línea, internet 11 de agosto de 2011, disponible: <http://www.vidya.com.ar/mexicovs.php>
- NOVO, Salvador. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Salvador\\_Novo](http://es.wikipedia.org/wiki/Salvador_Novo)
- ORIGEN DE LA TELEVISIÓN. En línea, internet 8 de agosto de 2011, disponible: <http://re-transmision.blogspot.com/2006/04/origen-de-la-televisin.html>
- O’FARRIL, Rómulo. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/R%C3%B3mulo\\_O%27Farrill\\_Jr.](http://es.wikipedia.org/wiki/R%C3%B3mulo_O%27Farrill_Jr.)
- ROSARIO, Jimmy, *La Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Su uso como herramienta para el fortalecimiento y el desarrollo de la educación virtual.* En línea, internet 2 de octubre de 2011, disponible: <http://www.cibersociedad.net/archivo/articulo.php?art=218>.
- RUIZ CORTINES, Adolfo. En línea, internet 12 de julio de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Adolfo\\_Ruiz\\_Cortines](http://es.wikipedia.org/wiki/Adolfo_Ruiz_Cortines)
- SALINAS PLIEGO, Ricardo Benjamín. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Ricardo\\_Salinas\\_Pliego](http://es.wikipedia.org/wiki/Ricardo_Salinas_Pliego)
- TALCOTT, Parsons. En línea, internet 26 de septiembre de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Talcott\\_Parsons](http://es.wikipedia.org/wiki/Talcott_Parsons)
- TECNOLOGÍA. En línea, internet 28 de septiembre de 2011, disponible: <http://es.wikipedia.org/wiki/Tecnolog%C3%ADa>
- TELEVISA, grupo. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible: WWW <http://es.wikipedia.org/wiki/Televisa>
- WEBER, Max, En línea, internet 26 de septiembre de 2011, disponible. [http://es.wikipedia.org/wiki/Max\\_Weber](http://es.wikipedia.org/wiki/Max_Weber)
- ZEDILLO PONCE DE LEÓN, Ernesto. En línea, internet 12 de agosto de 2011, disponible: [http://es.wikipedia.org/wiki/Ernesto\\_Zedillo\\_Ponce\\_de\\_Le%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Ernesto_Zedillo_Ponce_de_Le%C3%B3n)

**c) Electrografía**

- [www.bibliotecavasconcelos.gob.mx](http://www.bibliotecavasconcelos.gob.mx)
- [www.bnm.unam.mx](http://www.bnm.unam.mx)
- [www.cecyt12.ipn.mx](http://www.cecyt12.ipn.mx)
- [www.es.wikipedia.org](http://www.es.wikipedia.org)
- [www.ipn.mx](http://www.ipn.mx)
- [www.juridicas.unam.mx](http://www.juridicas.unam.mx)
- [www.politicas.unam.mx/biblioteca.php](http://www.politicas.unam.mx/biblioteca.php)
- [www.politicas.unam-mx/carreras/ces/titulacion.php](http://www.politicas.unam-mx/carreras/ces/titulacion.php)

**d) Legisgrafía:**

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Ley Federal de Radio y Televisión

## SIGLAS Y ACRÓNIMOS

<b>Art.</b>	Artículo
<b>BBC</b>	British Broadcast Co.
<b>CECyT</b>	Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos
<b>CPEUM</b>	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
<b>DF</b>	Distrito Federal
<b>EE.UU.</b>	Estados Unidos
<b>ENAO</b>	Escuela Nacional de Artes y Oficios
<b>EPIME</b>	Escuela Práctica de Ingenieros Mecánicos Electricistas
<b>ESIA</b>	Escuela Superior de Ingeniería y Arquitectura
<b>ESIME</b>	Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica
<b>FCPyS</b>	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
<b>IJ</b>	Instituto de Investigaciones Jurídicas
<b>IIS</b>	Instituto de Investigaciones Sociales
<b>IPN</b>	Instituto Politécnico Nacional
<b>M. en C.</b>	Maestro en Ciencias
<b>NASA</b>	National Aeronautics and Spacce Administration
<b>ONU</b>	Organización de las Naciones Unidas
<b>OMS</b>	Organización Mundial de la Salud
<b>SEP</b>	Secretaría de Educación Pública
<b>UNESCO</b>	United Nation Educatinal, Scientific and Cultural Organization

<b>UNAM</b>	Universidad Nacional Autónoma de México
<b>TELEVISA</b>	Televisión Vía Satélite
<b>TIC</b>	Tecnologías de la Información y Comunicación
<b>TV</b>	Televisión
<b>USA</b>	United States of America

## ANEXO I

### ***Los medios de comunicación y la educación. Un análisis de la televisión en la formación de los alumnos del CECyT No. 12 del IPN.***

Esta encuesta es con la finalidad de obtener datos estadísticos, mismos que serán analizados para el proyecto de titulación en modo de tesis, intitulada: *Los medios de comunicación y la educación. Un análisis en la formación de los alumnos del CECyT No. 12 del IPN.*

Por favor, responde con letra de molde

1. Edad \_\_\_\_\_

2. Sexo

1. Femenino
2. Masculino

3. ¿Cuál es el total de habitaciones con que cuenta tu hogar? (sin contar baños, zotehuela)  
\_\_\_\_\_

4. ¿Cuántos aparatos de televisión hay en tu hogar? \_\_\_\_\_

5. Ubicación de cada televisor

	<i>Sala</i>	<i>Comedor</i>	<i>Cocina</i>	<i>Cuarto de estar</i>	<i>Recámara papás</i>	<i>Recámara hijos</i>
Primer televisor						
2do. Televisor						
3er. Televisor						
4to. Televisor						

**6. ¿Qué tipo de televisión tiene disponible en su vivienda?**

1. Televisión abierta
2. Televisión por cable (de paga)

**7. ¿Con qué frecuencia ve los siguientes canales?**

<i>Canal</i>	<i>Todos los días</i>	<i>3-4 días a la semana</i>	<i>1-2 días a la semana</i>	<i>Ocasionalmente</i>	<i>Nunca</i>
Canal de las Estrellas (XEW 2)					
Canal 5 de Televisa (XHGC)					
Canal 7 de TV Azteca (XHIMT)					
Canal 13 de TV Azteca (XHDF)					
Canal 11 de IPN (XE IPN)					
Canal 22 de CONACULTA (XE MT)					

**8. ¿Cuántas horas aproximadamente acostumbras ver televisión entre semana?**

\_\_\_\_\_ horas

**9. ¿Cuántas horas aproximadamente acostumbras ver televisión los fines de semana?**

\_\_\_\_\_ horas

**10. Por lo general, ¿cómo acostumbra a decidir lo que ve en la televisión?**

1. Consulto la cartelera de TV el periódico o en Internet y selecciono los que me interesan.
2. Conozco los horarios de mis programas favoritos y los sintonizo de acuerdo a la hora.
3. No tengo un plan definido. Prendo la TV y empiezo a ver lo que hay en los diferentes canales y me detengo en el programa que me llama la atención.
4. Veo lo que otros miembros de mi casa decidieron sintonizar.

**11. ¿Cómo ves tus programas favoritos de televisión?**

1. Solo
2. Con mi hermano/a o amigos
3. Pareja
4. A veces con mis padres
5. Vemos siempre la televisión en familia

**12. Señala la situación que describe mejor lo que ocurre en tu casa cuando toda la familia está sentada ante la televisión?**

1. El control lo tiene mi padre o madre
2. El control lo tiene mi hermano/a
3. El control lo tengo yo
4. Nos peleamos por tener el control
5. Decidimos entre todos qué programa vamos a ver

**13. ¿Acostumbran comentar en familia los programas que se ven en la TV durante la transmisión de los mismos, o después de verlos?**

1. Durante la transmisión de los mismos
2. Después de verlos

**14. Mencione los nombres de tres programas de TV que más acostumbras ver.**

1. \_\_\_\_\_ Canal \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_ Canal \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_ Canal \_\_\_\_\_

**15. Marca las actividades que realizas mientras ves la televisión**

Trabajo o quehacer doméstico ___	Desayuno___	Uso de computadora o Internet ___
Lectura de periódicos ___	Comida ___	Juegos de computadora ___
Lectura de libros ___	Cena ___	Tareas ___
Conversación telefónica ___	Conversación con miembros de la vivienda ___	

**16. ¿Consideras que los siguientes programas de televisión reflejan lo que sucede en la vida real?**

1. Laura en América
2. Los Simpson
3. La Ley y el Orden

**17. ¿Qué otras actividades realizas en tu tiempo libre?**

---

**18. ¿Qué tanto acostumbras ver los siguientes tipos de programas?**

<i>Género</i>	<i>Muy Frecuentemente</i>	<i>Frecuentemente</i>	<i>Regularmente</i>	<i>Rara vez</i>	<i>Muy rara vez</i>
Noticieros					
Telenovelas					
Programas Cómicos mexicanos					
Programas cómicos EEUU					
Películas mexicanas					
Películas de Estados Unidos					
Películas de otros países (excepto EEUU)					
Concursos					
Caricaturas					

Series de aventuras, acción y policiacas					
Series de dramas					
Series de comedia					
Series de lo insólito					
Programas culturales / documental					
Transmisión de eventos deportivos					
Comentarios deportivos					
Comentarios y chismes de espectáculos					
Musicales					

*Gracias*