

95  
06

- 2a. entrega, construye  
el sistema ideológico propio

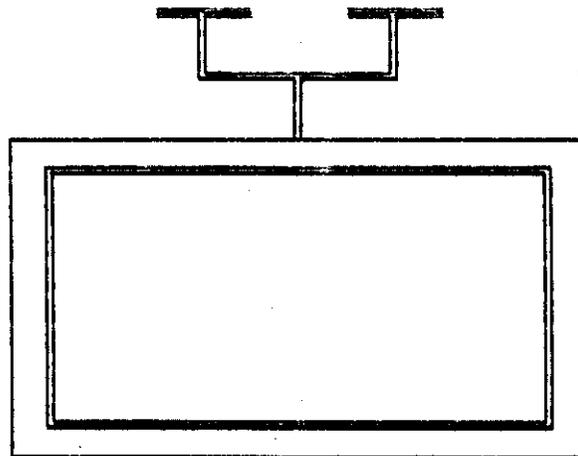
UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA - IZTAPALAPA - *Ciudad de México*

DEPARTAMENTO DE SOCIOLOGIA

TRABAJO FINAL EN LA LICENCIATURA DE PSICOLOGIA SOCIAL

**"EL PROCESO DE INFLUENCIA EN LA TELEVISION":**

**UN ESTUDIO DEL CONCEPTO DE FAMILIA**



*Este sistema de comunicación  
se utiliza  
para la  
comunicación  
ya que el televisor  
poderoso.*

ELABORA: VICENTE MACIAS AGUILAR

MATRICULA: 90330579

ASESOR: MANUEL GONZALEZ NAVARRO

ASESOR: JUANA JUAREZ ROMERO

LECTOR: ESTHER VARGAS

*Manuel Navarro*  
*Juana Juarez Romero*  
*Esther Vargas*

INVIERNO DE 1994

## **AGRADECIMIENTOS**

- A MIS PADRES CON CARINO
- A MIS HERMANOS Y ABUELOS
- A PEDRO R. MACIAS AGUILAR
- A MIS AMIGOS Y COMPAÑERAS
- A MIS ASESORES Y LECTORA

**Y A TODOS AQUELLOS QUE HACEN  
POSIBLE LA REALIZACION DE  
ESTE TRABAJO.**

## PROLOGO

El presente trabajo constituye la actividad final dentro de la Universidad Autonoma Metropolitana, como un requisito en la terminación de la Licenciatura de Psicología Social y como parte fundamental en mi preparación profesional.

A cada estudiante corresponde pues, la elaboración de un trabajo final o tesina, en donde se muestran los conocimientos aprendidos a lo largo de la carrera; cada uno de nosotros desarrollamos ideas o hipótesis de investigación, las cuales se ponen a prueba en la realización del trabajo.

Se cuenta con el apoyo de algún(os) asesor(es) que brindan su ayuda en el plano metodológico y de conocimiento del tema, ellos nos ayudaron a establecer el camino que se seguiría en la actividad y en muchos casos orientaron y ofrecieron ideas frescas para la investigación, brindaron además los espacios que en algunos casos tenían cerrados y aclararon lo que se tuvo confuso, así es como se estableció la relación de estudiante y asesor en la realización del trabajo final.

Asimismo encontramos que en nuestra sociedad tan compleja surjen problemas de toda índole; el contexto social es tan variado y tan amplio que es difícil el apropiarse de un tema particular y tratar de desarrollarlo. Al encontrarse en un campo donde se habla de problemas económicos, políticos y sociales se

busca indagar sobre algún problema que afecte en su mayoría a la sociedad o bien en algún problema que sea cercano a uno mismo, así es como se establecen los temas de investigación que uno va a desarrollar como trabajo terminal.

La misma sociedad proporciona temas de importancia; las elecciones, la inseguridad, el desarrollo económico, los asesinatos a políticos importantes, problemas que causan gran tensión en la población, no se sabe lo que puede suceder en cualquier momento.

Es por eso que el individuo busca de mil formas encontrar una salida para no pensar en todos éstos problemas, algunos encuentran en la práctica de algún deporte el desfogue de los problemas, otros en la lectura, en algún hobby o en la televisión misma. Es por eso que hemos querido desarrollar éste tema tan interesante como investigación; el querer saber ¿cómo el individuo busca un refugio a los problemas, el escapar a la monotonía de la actividad laboral, de la rutina, del stress?.

Es la televisión quien ofrece ese cambio de actividad y abre al televidente un mundo nuevo y fascinante que le brinda diversión, ayuda y consejo y compañía al que está solo, en fin el trabajo y el desarrollo de ésta investigación se obtiene de el interés de conocer algo de lo que está mas allá de la imágen que vemos en la televisión, es tratar de reconocer no lo que dice la tele, si no lo que "vende" con su imagen. Es ahí donde radica el interés de ésta investigación y que a continuación se desarrolla.

# INDICE

PORTADA DE IDENTIFICACION .....	0
AGRADECIMIENTOS .....	I
PROLOGO .....	II
INDICE .....	IV
INTRODUCCION GENERAL	
I. ANTECEDENTES .....	1
II. OBJETIVO .....	2
III. UNIDAD DE ANALISIS .....	3
IV. HIPOTESIS DE INVESTIGACION .....	4
V. PREGUNTA DE INVESTIGACION .....	5
VI. DESCRIPCION TEORICA .....	5
<b>CAPITULO UNO: MARCO DE REFERENCIA</b>	
ANTECEDENTES .....	13
I. TEORIA DE LA INFLUENCIA .....	16
A) CONDICIONES GENERALES DE INFLUENCIA .....	19
B) PERCEPCION LATENTE Y MANIFIESTA DE LA INFLUENCIA .....	24
C) CONVERSION SOCIAL Y EL PODER .....	27
D) EL CONFLICTO EN LA INFLUENCIA SOCIAL .....	28
E) EL MODELO TRIPOLAR EN LA INFLUENCIA SOCIAL.	30
II. TEORIA DE LA CONSISTENCIA COGNITIVA .....	32

III. TEORIA DEL BALANCE Y EQUILIBRIO .....	35
IV. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION O TEORIA DEL APRENDIZAJE .....	38
V. EL TIEMPO LIBRE Y LA TELEVISION .....	45
VI. CONCEPTOS DE FAMILIA .....	48
VII. REFLEXIONES FINALES .....	54
<b>CAPITULO DOS: ALGO SOBRE LA TELEVISION</b>	
I. LOS MEDIOS DE COMUNICACION .....	57
II. BREVE HISTORIA DE LA TELEVISION .....	59
III. LA TELEVISION EN MEXICO .....	63
1. BREVE RESEÑA DE SU APARICION .....	63
IV. IMPACTO SOCIAL DE LA TELEVISION .....	66
V. LA TELEVISION Y LA FAMILIA .....	69
VI. LA PUBLICIDAD EN LA TELEVISION .....	72
VII. LEGISLACION DE LA RADIO Y LA TELEVISION .	73
<b>CAPITULO TRES: DISEÑO EXPERIMENTAL</b>	
I. CONDICIONES DEL DISEÑO .....	81
II. LA ESCALA .....	83
1) ¿QUE CALIFICA? .....	83
2) DIMENSIONES .....	83
III. APLICACION DEL INSTRUMENTO .....	92
<b>CAPITULO CUATRO: ANALISIS DE RESULTADOS</b>	
I) DATOS DESCRIPTIVOS .....	96
II) GRUPO CONTROL .....	97

1) REFLEXIONES SOBRE LOS TIPOS DE FAMILIA ...	97
A) PRE TEST .....	97
B) POST TEST .....	100
C) PRUEBA ESTADISTICA .....	102
2) SOBRE LA FAMILIA LIBERAL Y TRADICIONAL ...	103
III) GRUPO EXPERIMENTAL .....	110
- TABLA PRE TEST .....	111
- TABLA POST TEST .....	112
1) PRUEBAS ESTADISTICAS .....	116
IV) CONCLUSIONES FINALES .....	121
<b>CAPITULO CINCO: ANALISIS TEORICO</b>	
<b>Y CONCLUSIONES .....</b>	<b>125</b>
<b>ANEXOS</b>	
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	

# INTRODUCCION

## I. ANTECEDENTES

El trabajo que a continuación se presenta es un estudio de la televisión mexicana, en cuanto al *proceso de influencia*<sup>1</sup> que se establece entre ella y el teleespectador.

El interés surge al observar un constante fenómeno de repetición de los modelos humanos que en la televisión aparecen, no es para nadie desconocido de que en los niños y ancianos, por ser los que más observan la televisión, ven en los personajes de los programas, series y caricaturas, a sus modelos de conductas y de sueños, sobre todo infantiles. Por que ¿quién no soñó en alguna ocasión con ser igual al personaje de su programa preferido?, o a ese super héroe de las caricaturas que nos hizo pensar que cuando fuésemos grandes seríamos igual que él.

En fin, la televisión es un medio mágico, que nos provee de sueños y fantasías que quisiéramos hacer reales, es un vínculo de lo real y lo irreal, un mundo maravilloso que nos envuelve y nos fascina, en donde todos hemos estado involucrados alguna vez o de laguna forma, es la televisión y lo que representa, el reflejo de nuestra sociedad, de los cual los queremos hacer participes, y del mismo modo estudiar conjuntamente lo que ésto

---

<sup>1</sup> El proceso de influencia se reseña posteriormente en el Capítulo Uno - Marco de Referencia - .

implica para todos nosotros; Así que demos inicio.

## II. OBJETIVO

Es precisamente éste fenómeno de la repetición de modelos lo que nos ha interesado para la realización del trabajo final de investigación, sobre todo para conocer si la televisión es capaz de influir a diferentes grupos de personas y de edades distintas.

Si pensamos que si nuestros modelos sociales cambian y nuestros gustos también, entonces la televisión podría ser un gran abastecedor de estereotipos para los jóvenes y adultos, de igual manera que a los niños. Sólo que en los jóvenes y adultos los modelos serían diferentes, ahora serían artistas, escritores, deportistas, intelectuales, etc. Es decir, personas que representarían un ideal próximo o por lo menos más real.

Pero de igual forma estos personajes se verían con la televisión favorecidos para ser un modelo a seguir y en un momento dado ser los sueños o reflejo de lo que quisiéramos ser o hemos logrado ser en nuestra vida diaria.

Los modelos que se observan en televisión pueden ser un ejemplo para toda persona y en todo caso pueden ser dignos de imitarse, cumpliéndose así el círculo que hemos querido demostrar de influencia, con la participación del televidente-concepto y las diferentes posibilidades de aceptar o no, un modelo determinado y de los cuales hablaremos más adelante.

### III. UNIDAD DE ANALISIS

El trabajo consiste en buscar los mecanismos de influencia<sup>2</sup>, con lo cual específicamente y a partir de esto se propone indagar sobre la influencia de los comerciales de televisión en la concepción o idea que se tiene sobre familia. Pero, quizá surge la pregunta de el ¿porqué el interés sobre la familia?, y se los mencionaré muy brevemente, surge primeramente por celebrarse en este año el "Año Internacional de la familia" proclamado por la UNESCO y la ONU, lo que nos da ya una temática mundial, por su problemática y su importancia.

En segundo lugar por considerar a la familia como la célula más importante de la sociedad, ya que en ella nos abastecemos de los valores y las normas que rigen al ambiente social, además de ser el primer grupo de relación que tiene el individuo con su alrededor. La familia es en éste sentido el primer socializador del individuo, ella le enseña como comportarse socialmente, le da las normas morales y sociales con las que se moverá en la sociedad y por medio de las cuales actuará en ella.

Es así como se puede considerar a esta investigación un trabajo de repercusión social, y no sólo por la familia, si no, por todo lo que ella representa, tanto individualmente, como en

---

<sup>2</sup> A lo largo del trabajo se entenderá a la influencia desde el punto de vista de la Psicología Social y la Sociología como la capacidad de un individuo de modificar el comportamiento de otro sin recurrir a la fuerza, es la transformación observable en el comportamiento de un miembro del grupo, cuando interactúa con otra persona o grupo. (Moscovici 1981)

el grupo social. Todo aquello que afecta a la familia, afectará tanto a la sociedad como al individuo.

Se aborda más hondamente y de una mejor manera a la familia en el Capitulo Dos que se refiere al Marco de Referencia, en ella se describen los tipos de familia que utilizaremos en la investigación, y la repercusión de ella en la sociedad.

En todo trabajo final de investigación se deben tener algunos lineamientos generales, que sirvan, sobre todo para no perder de vista tanto el objetivo, como el tema de investigación.

A estos límites o lineamientos se les reconoce como Hipótesis de investigación; Son las preguntas del investigador, que tienen la finalidad de ser contestadas en la investigación, y sobre todo, con el trabajo teórico y metodológico que se realiza y que en éste trabajo constituyen los ejes de discusión y de análisis que se desarrollaron.

Las Hipótesis se expresan a continuación:

#### **IV. HIPOTESIS DE INVESTIGACION**

- I) LA INFLUENCIA DE LA TELEVISION DEPENDE DE LA RELACION QUE SE ESTABLECE ENTRE EL TELEESPECTADOR Y ELLA.**
- II) LA TELEVISION NO TIENE LA POSIBILIDAD DE CREAR CONCEPTOS, SOLO DE MODIFICARLOS.**
- III) LA TELEVISION SOLO TIENE LA POSIBILIDAD DE MODIFICAR LAS FUNCIONES Y ROLES EN LA CONCEPCION DE LA FAMILIA.**

## **V. PREGUNTA DE INVESTIGACION**

En este sentido se establece la pregunta de investigación:  
¿Qué es lo que sucede en el individuo cuando se establece el proceso de influencia social?.

## **VI. DESCRIPCION TEORICA**

Para responder a ésta pregunta se establecen dos posibilidades. Tomando en cuenta que las posibilidades de respuestas son desde el plano teórico se reconocen dos mecanismos generales.

Uno de ellos es la noción de conversión social; Este proceso es representado desde la teoría de la influencia social propuesta por Serge Moscovici en los finales de los setentas y principios de los ochentas, que consiste primordialmente en el cambio o modificación de una regla, norma o conducta, a partir de una nueva, presentada por otra persona o grupo diferente del suyo.

Para comprender mejor éste concepto, se desarrollan los principios básicos de la teoría de la influencia en el siguiente capítulo.

Como podemos ver la influencia social es básica en la investigación, ya que nos dará bases útiles en cuanto a una posible vía de explicación psicosocial del fenómeno estudiado.

El segundo mecanismo es considerado como el estado de Consistencia o Equilibrio Cognoscitivo, en donde el individuo reconoce y explica a su entorno por medio de sus normas y

conceptos preestablecidos, y en cuanto se le presenta un concepto o idea diferente a la suya, el individuo responderá de una manera racional, equipara el concepto propio con el nuevo, y de aquél que considere mejor o más apropiado lo retomará, siempre y cuando el grupo de pertenencia lo acepte igual que él.

Para entender tal mecanismo se reseñan los elementos principales de la teoría de la Consistencia Cognoscitiva en el Capítulo Uno.

Así pues este trabajo constará de cinco capítulos generales: el primero consiste en el apoyo teórico de la tesina, en él, aparecen las teorías que se utilizarán para responder a las hipótesis y la pregunta de investigación.

Como se mencionó anteriormente las Teorías utilizadas son la teoría de la Influencia Social de Moscovici, con la noción de Conversión y Cambio Social. Elemento que nos dará apoyo, sobre todo en el establecimiento del proceso de influencia, que se lleva a cabo entre el concepto de familia presentado en la televisión y el modelo o tipo de familia que reconoce el teleespectador.

Con ésta teoría se trata de encontrar los mecanismos que suceden en el individuo y la repercusión social que tiene el grupo sobre él. El que la televisión influya determina un impacto en el individuo, pero también en su grupo primario representado con la familia, ya que es el primer medio con el cual el individuo trata de responder a tal influencia, por supuesto después de la respuesta personal, como sabemos, el individuo

busca encontrar apoyo a las situaciones o problemas personales, desde la perspectiva de la influencia social, se le denomina concenso, ya que de esa manera encontrará apoyo con otra u otras personas y su respuesta a ciertos conceptos o ideas nuevas, estarán en función del propio grupo.

En otro sentido y con la misma finalidad se buscará el apoyo de la teoría del Equilibrio y La Consistencia Cognoscitiva de Fritz Heider y Kurt Lewin respectivamente, sobre todo, para explicar lo que sucede en el proceso de influencia.

Pensemos que la el proceso se refiere más aun proceso de cognición, más que a un problema de conflicto social, a partir de como perciba el individuo una nueva idea o concepto, se dará en esa misma medida su actitud u opinión a ella. Tomando en cuenta que las personas tienen una historia individual previa, ésta historia es representada por los juicios y valores individuales, se obtienen de la realidad social, del alter, como diría Heider, ese "ser social" o alter constituye la forma de pensar de el grupo al que se pertenece.

En la medida que una nueva idea impacte o cause Disonancia en el individuo, se presentará un desequilibrio cognoscitivo, representado como un estado de incomodidad personal, en cuanto a la forma de percibir y explicar la realidad, el individuo entonces tratará de responder a esa nueva opinión a partir de su historia personal y del apoyo o rechazo que tenga su grupo a tal opinión, en ésta medida trata de disminuir tal inconsistencia y al mismo tiempo restablece el equilibrio cognoscitivo, y el

estado de incomodidad desaparece.

La teoría de la Disonancia y del Equilibrio aparece en ésta investigación como una opción en la explicación final; sobre todo, para responder en cierto modo, los mecanismos inmersos de la relación televidente y concepto de familia presentado en la televisión.

En éstas teoría se reconocen la intervención dos sujetos y una idea o concepto, cuyo principio se explican mejor posteriormente.

Como tercer apartado del mismo Capítulo uno, se realiza una pequeña reseña sobre el procesamiento de la información, o también conocida como la teoría del Aprendizaje.

Es ésta otra perspectiva de la Psicología Social, que en un principio se establece como contraria al de la influencia social, sobre todo por el nivel de análisis de cada una de ellas, mientras que la influencia utiliza un nivel de explicación de pequeño grupo y nivel social, el procesamiento de la información utiliza el nivel intraindividual, es decir las respuestas a los procesos sociales están en el individuo, se hablan de procesos tales como la percepción, la memoria y algunos otros como el pensamiento y el razonamiento. Estos elementos nos ayudarán a establecer una comparación interesante en las conclusiones de éste trabajo, en dos formas de explicar un mismo fenómeno.

Espero que quede claro que no es una teoría de respaldo para el trabajo, sino una perspectiva paralela, que se utilizará sólo como un ejercicio didáctico en la explicación e interpretación

de resultados de la tesis.

Por último en este mismo capítulo se describe de manera general una idea del tiempo libre, se trata de establecer, la medida en que la televisión se ha adentrado en la vida del hombre, que lugar ocupa en la rutina de las personas, pero sobre todo, servirá para reflexionar si la televisión se ha convertido en una actividad más del ser humano o bien una actividad exclusiva del tiempo libre o de descanso, considerando que la televisión principalmente es un medio de entretenimiento y de diversión, que desafortunadamente se ha convertido a la vez como medio de influencia, y de la cual muchas investigaciones como en ésta se han planteado, en fin es un apartado interesante que nos abre las puertas a una reflexión interesante sobre la televisión.

En un segundo capítulo y continuando con el interés sobre la televisión, se da un repaso muy general a la historia de ésta y su aparición en México, su desarrollo y algunas conclusiones que se han obtenido en su investigación. Se establece lo anterior en medida del establecimiento de antecedentes sobre el tema y su modo de investigación.

El Tercer capítulo consiste en la descripción del Método de investigación, se describe la elaboración de un experimento de investigación, que consiste en la aplicación de un Pre-Test y un Post-Test, a partir de la presentación de un Video que contiene algunos tipos de familia, la situación es encontrar, si existe diferencia en la opinión que se tiene de un tipo determinado de familia, en éste caso, los tres tipos de familia utilizados son:

a) Una idea general de familia; b) La familia Tradicional y una percepción de c) Familia Liberal, se explica además las situaciones de su aplicación y algunas consideraciones generales.

El experimento se establece para reconocer como se da el proceso de influencia en la televisión, además de indagar un poco lo que sucede en el individuo y en el grupo al que pertenece (familia), establecer así la relación de las personas con el televisor.

El Capítulo Cuatro, consiste en la obtención de resultados de la aplicación del experimento, se realizan algunas pruebas estadísticas para establecer, Si existe diferencia en la opinión sobre algún tipo de familia, antes y después de ver el Video sobre familia, las pruebas utilizadas son la Suma de Rangos, la Prueba del Signo(pruebas no-paramétricas), además de la X<sup>2</sup>.

Es importante destacar que se utilizan dos grupos de personas, uno de ellos es el grupo Experimental, que estará a condición del experimento; y el otro denominado grupo Control, al cual no se le aplica el experimento.

De éste modo se pueden realizar algunas comparaciones, para establecer así las posibles conclusiones a que se llegaron.

El Quinto Capítulo es el Análisis Teórico y Conclusiones de la investigación, como su nombre lo indica se analizarán los resultados obtenidos del experimento, se establecen así las conclusiones y el resultado de la investigación, se conforma como el cuerpo de la investigación, espero sea entretenido e interesante para el lector de éste trabajo, ya que en cierta

medida representa el resultado de una experiencia en la investigación social por parte del que la elabora, experiencia que dará frutos en el futuro.

Se presentan algunas sugerencias para próximas investigaciones sobre el tema, se resaltan los problemas que se tuvieron en la realización del mismo, y de igual modo se reconocen los errores cometidos, ya que todo error representa experiencia, para no volverla a repetir.

Comenzamos así la exposición de este trabajo final de investigación en la Carrera de Psicología Social.

# CAPITULO UNO

## MARCO DE REFERENCIA

Como ya se ha mencionado anteriormente, en México se han desarrollado un sin número de trabajos acerca de la televisión y su influencia, solamente haría falta observar el número de tesis, trabajos y libros que han desarrollado este tema, en donde de igual forma se han obtenido un sin fin de conclusiones y de ideas, que nos han permitido adentrarnos al tema y conocer un poco más del tema de investigación.

Esta investigación en este sentido, no tiene el propósito de recuperar las conclusiones de las investigaciones anteriores, sino de explicar a la influencia televisiva desde otro ángulo o punto de vista, al cual se le llamaría de la psicología social.

Para lo cuál es necesario relacionarse o apoyarse en alguna o algunas teorías, que fundamenten el desarrollo y contenido de éste trabajo, lo que constituye el marco teórico o referencial del mismo.

En el marco de referencia, y como se mencionó en la Introducción se abordan cinco temas generales, entre los cuales se determina el rumbo de mi trabajo.

En primer lugar se desarrolla las dos Teorías utilizadas en la investigación, y bajo los principios ya establecidos.

De la Influencia Social, se reseñan las ideas de Moscovici y Tomás Ibañez entre otros, se presentan los principios básicos de la teoría, y de igual modo se narran los mecanismos que se utilizan para explicar a la influencia social

La teoría de la Influencia, nos sirve para explicar los mecanismos que se presentan para modificar la opinión de las personas sin utilizar la fuerza, nos da las bases para conocer el proceso por el cual es posible influir.

Uno de los supuestos de la investigación es que la influencia es el mecanismo utilizado para proponer un nuevo concepto de familia, es decir, la televisión se vale de los personajes de los programas y de los comerciales, para crear conceptos, y con base a la constante repetición de los mismos, provoca que los sujetos que los ven, estén más predeterminados a repetirlos, hacerlos propios, y de tal manera actuar igual o del mismo modo que ellos, con las mismas actitudes, formas de vestir y de hablar.

La influencia social nos da elementos para tal explicación, por lo cuál nos parece importante retomarla.

Posteriormente se aborda a la Teoría de el Equilibrio de Kurt Lewin y la noción de la Consistencia Cognoscitiva de Fritz Heider, ya que como mencionamos en la Introducción, Es otra vía de explicación al mismo fenómeno, desde un modelo semejante y desde una forma de ver a lo real, desde la influencia se considera que se quiere modificar la opinión de un grupo, para la Consistencia la influencia se da a la historia personal de un

sujeto, pero que sin embargo, ha construido sus conceptos o ideas desde el punto de vista social, en ese sentido las dos teorías son semejantes, en ambas la repercusión social es importante, la interpretación que de un sujeto de la realidad, estará en base a su(s) grupo(s) de pertenencia y a los conceptos o ideas que ellos han elaborado, he aquí la importancia de la teoría en la investigación.

Enseguida se desarrolla la idea del Procesamiento de la Información desde la teoría del Aprendizaje.

Se presentan algunos trabajos de esa perspectiva, Piaget y Bandura específicamente, se describen algunos de sus trabajos del desarrollo de la inteligencia, algunos de sus conceptos e ideas importantes para éste trabajo.

Por ejemplo, con Piaget encontramos algunas cuestiones sobre la construcción de conceptos en el individuo, idea básica en la investigación, en que medida los conceptos pueden ser modificados o cambiados y sobre todo al enfrentarse a uno nuevo.

El cuarto tema descrito en éste Capítulo se consiste en establecer una idea general de lo que se entiende por tiempo libre y la correlación que tiene con la televisión, lo que ha llegado a ser éstos en la vida cotidiana.

Por último se desarrollan algunos tipos de familia que se utilizarán en la investigación, pero sobre todo en el Diseño Experimental, ya que éstos se calificaran con respecto a la opinión favorable que se tenga de ellos.

# I. TEORIA DE LA INFLUENCIA SOCIAL

La masa es un fenómeno que se ha dado ultimamente y con frecuencia, los grupos humanos que se movilizan por una razón dada, como ejemplos son los crecientes movimientos estudiantiles y feministas, los mítines y las marchas, que han llevado a reconocer una nueva forma de vida, que inducen a crear nuevas formas de ver el mundo, de vestir, nuevas ideas políticas, filosóficas y en el arte. Se establece la lucha entre fuerzas innovadoras y conformistas, las primeras por su atractivo las hacen interesantes y decisivas.

En todos estos fenómenos, el tipo de relación al que se recurre es el de la influencia. En dicho fenómeno sucede algo que escapa a la conciencia del individuo: éste se comporta como si estuviera «poseído» por otro o pudiera «poseer» a otro y obligarle a hacer lo que no quiere. Esta relación se descubrió en un principio bajo la forma de sugestión individual o colectiva; luego se asimiló a la Hipnosis, especialmente al poder del hipnotizador sobre el hipnotizado; y se ha relacionado, por último, con la comunicación mediante el discurso, la actitud, es decir, mediante la propaganda. A través de estas metamorfosis, la influencia conserva el mismo sentido de una acción recíproca primaria, de un inquietante predominio del hombre sobre el hombre.

En nuestra sociedad, en la que abundan ideologías, comunicaciones de masa y procesos de orden simbólico, el fenómeno de la «influencia» es más penetrante y más decisivo que «él» poder de que tanto se habla y que no es, en definitiva, más que la mera superficie de las cosas <sup>1</sup>.

En Psicología Social y en la Sociología del grupo pequeño se ha entendido por influencia social, tanto la capacidad de un individuo de modificar el comportamiento de otro sin recurrir a la fuerza como la transformación observable en el comportamiento de un miembro de un grupo cuando interactúa con otro u otros o con el grupo de su conjunto. La influencia estudiada en sus diversos tipos (material, moral, carismática o intelectual<sup>2</sup>), ha sido habitualmente considerada como un proceso *asimétrico*, es decir, se considera que un individuo o un grupo influye en otro actor social y le hace modificar su comportamiento o el curso de su acción.

Desde Laswell y Kaplan hasta Friedrich la influencia social ha pivotado siempre sobre un elemento que implicaba ineludiblemente el poder, en donde un individuo o grupo lo posee y el otro está desposeído de él.

Moscovici se arriesga más; la influencia social se convierte en un genuino factor de cambio, cuando la minoría influye en la mayoría solo por su estilo comportamental, y en el ámbito de éste

---

<sup>1</sup> Moscovici (1981) pags. 21-22.

<sup>2</sup> ver Psicología de las masas y Psicología de las Minorías Activas de Serge Moscovici (1980) y (1981).

por la consistencia de ese estilo.

Con otras palabras: la minoría sin poder influye y hace cambiar a la mayoría por un comportamiento consistente que acaba por crear conflicto y duda entre los miembros de la mayoría y los conduce a examinar y reevaluar su propia postura cognitiva o valorativa.

En éste apartado dividiremos a la teoría de la influencia social en diversas nociones importantes; Primeramente se habla de algunas condiciones de la influencia, en donde se describen algunos conceptos fundamentales de la teoría; enseguida aparece una idea general de la percepción manifiesta y latente de la influencia; la noción de conversión de Tomás Ibañez y el poder como factor importante en la conversión y el cambio social; posteriormente el Conflicto como forma de obtener influencia y por último el modelo tripolar de Serge Moscovici.

Todo ésto conforma de forma general a la Teoría de la influencia social, se espera que sea una buena descripción de la misma y sea válida para la investigación propia.

Aclaremos que los conceptos y elementos que aparecen a continuación no son la teoría en general o acabada, si no una abstracción de los elementos suficientes para la realización de éste trabajo.

La teoría de la influencia es tan extensa que sería casi imposible reseñarla toda aquí, así es que nos valemos de algunos de sus principios para dar una explicación al fenómeno que nos interesa; y que es la Influencia de la Televisión.

## A). CONDICIONES GENERALES DE INFLUENCIA

Moscovici nos menciona que toda persona es una fuente y un receptor de influencia<sup>3</sup>, por lo tanto, cualquier sujeto puede influir, ya que tienen esa posibilidad de cambiar la postura o posición de él otro con respecto de un concepto, idea o regla. Siempre y cuando se tenga una postura precisa, coherente y propia, ya que esto determina si se es fuente o blanco de Influencia<sup>4</sup>.

Particularmente se ha desarrollado un esquema del proceso de influencia, el modelo se obtiene de la lectura del libro de Psicología de las Minorías activas de Moscovici, en el se determinan los elementos fundamentales para entender a la teoría y de comprender el proceso de influencia que se desarrolla regularmente en una relación entre objeto y sujeto con respecto a una idea determinada. ( Cuadro 1)

Como se puede observar en el cuadro, la mayoría de las consideraciones que se exponen posteriormente están definidas en él, esto se debe a que la teoría de la influencia se lleva a cabo a través de un proceso lógico, que espero se asimile y entienda, sobre todo porque para este trabajo es importante entenderlo, ya que posteriormente la exposición retoma los principios de la teoría y da por hecho que se han comprendido, así que a

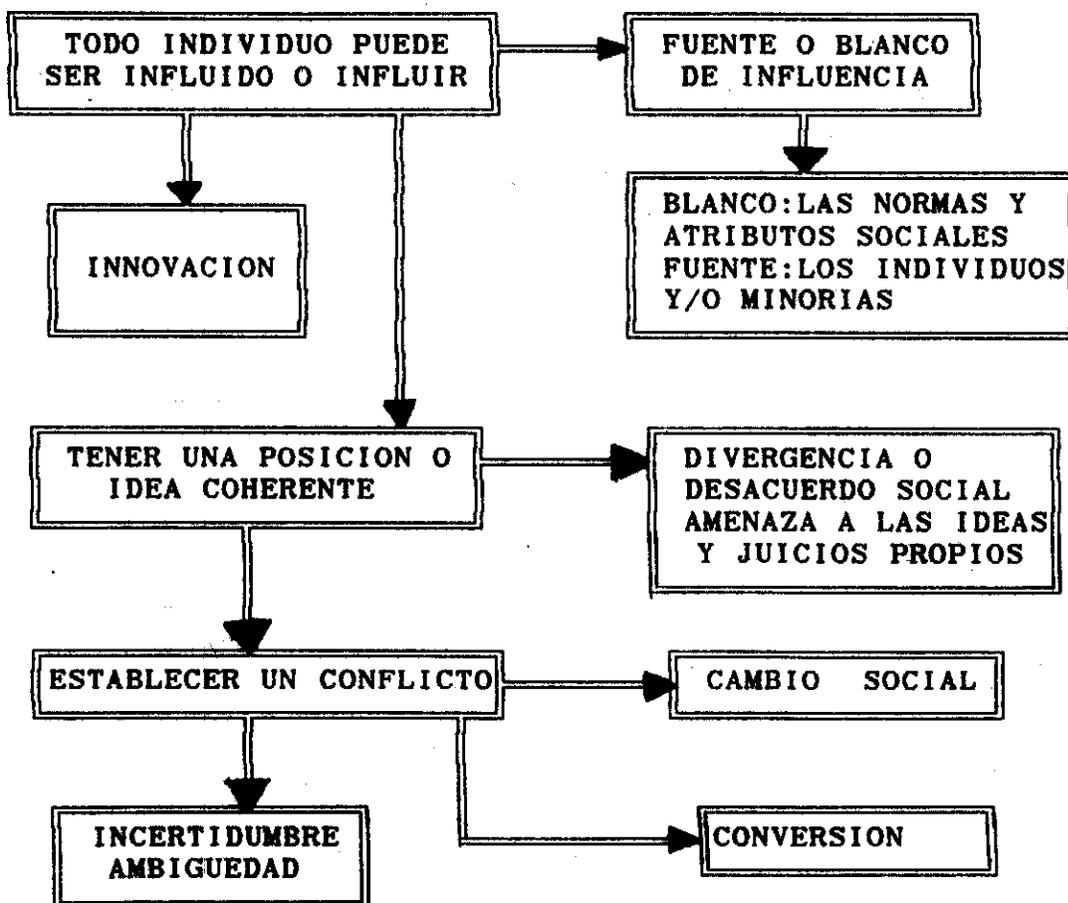
---

<sup>3</sup> Moscovici (1980)

<sup>4</sup> Ib.

teoría y da por hecho que se han comprendido, así que a continuación aparece el cuadro y posteriormente, algunas consideraciones sobre él.

**(Cuadro 1)      MODELO DE INFLUENCIA SOCIAL<sup>5</sup>**



<sup>5</sup> El cuadro está elaborado a partir de las ideas generales sobre influencia social, que se obtienen de la lectura de los libros de Psicología de las Masas y la Influencia Social Inconsciente, en ambos participa Serge Moscovici. (1981 y 1991 Respectivamente).

### **1). Descripción general del cuadro**

El cuadro de manera general describe los procesos por los cuales un sujeto o grupo, puede ser capaz de influir a una persona u otro grupo de personas.

Para poder tener la posibilidad de causar influencia, es necesario poseer una posición coherente y lógica, que permita crear en el individuo, un estado de ambigüedad, o de conflicto.

El conflicto es un estado necesario para la influencia social, ya que a partir de él es que se logra influir, como vemos en el cuadro, el blanco de influencia deben ser las ideas o juicios de las personas, las normas y atributos sociales.

Tales cuestiones son influidas, sólo por medio de posturas innovadoras, que causen en el individuo un deseo de ser alcanzadas y al mismo tiempo la necesidad de cambiar las establecidas, sólo en esa medida se alcanzará la influencia.

El fin primordial de la influencia es la Conversión y el Cambio Social, los cuales se obtienen a partir de llevar a cabo los mecanismos establecidos en el cuadro y que a continuación se describen:

Primero, se debe tener una postura coherente, lógica e innovadora, diferente a la propuesta por la norma, sobre una idea juicio o valor sociales.

Segundo, se debe establecer un conflicto en las Normas, Juicios o atributos de una sociedad o grupo.

Así se crea en el individuo un estado de Incertidumbre o

Ambigüedad en el que es factible influir, ya que los valores o juicios personales están en duda o son cuestionados sobre su veracidad y repercusión social.

En éste momento, en que el individuo fuente de influencia aprovecha tal estado, para bombardear al sujeto o al grupo con sus posturas y opiniones con respecto a una idea determinada, se supone que en tal estado el sujeto se provee de cualquier idea que le parezca lógica, y por supuesto al encontrarse con una idea que le es atrayente y al parecer lo suficientemente racional, la adopta y la hace suya, el objetivo de la influencia es alcanzado, ya que el cambio social se presenta.

Pero pongamos un ejemplo.

Pensemos en el movimiento feminista, surge con una postura firme y coherente, la de igualdad de sexos, dicho movimiento alcanza su plenitud en las décadas de los sesentas y setentas, ya que un siglo antes ya se habían dado movimientos semejantes, sin embargo no lograron trascender.

Sin embargo el feminismo surge en una etapa importante de la sociedad, las distintas guerras provocan que las mujeres tengan que trabajar para poder subsistir, para mantener a sus familias y a la sociedad mientras que los hombres peleaban

Los hombres al regresar se encuentran que muchos de los puestos están ocupados por mujeres, las cuales no los dejarían fácilmente, comienzan los conflictos por los puestos de trabajo, sin embargo, se sigue dando prioridad a los hombres los puestos ejecutivos y de alto nivel se ven nuevamente hombres.

Las mujeres que gozaron de tal privilegio se ven afectadas, son despedidas, pero, estas mujeres no están conformes con lo que sucede, y pelean sus derechos, piden igualdad de oportunidades, el movimiento es cada vez mayor, y las sociedades hacen cada vez más consciente tal problema.

Se pone en juego las formas de pensar de las gentes, ya que la postura es coherente y racional, y a lo largo del tiempo, lo que ha provocado es un cambio significativo, no es difícil actualmente ver a mujeres en puestos importantes, la participación de la mujer es cada vez mayor, y si pensamos que los problemas económicos lo son iguales, hace de la participación de la mujer algo importante en la actividad productiva de todas las sociedades.

Y si pensamos que éste movimiento causó en cierta medida algunos cambios, también debemos pensar que es el movimiento de las sociedades también la que lo permitió, se puede ver que tanto las normas como los atributos sociales, se modifican a partir de las necesidades sociales y al encontrarse con una postura que representaba una buena opción el cambio o modificación se acopló a las necesidades.

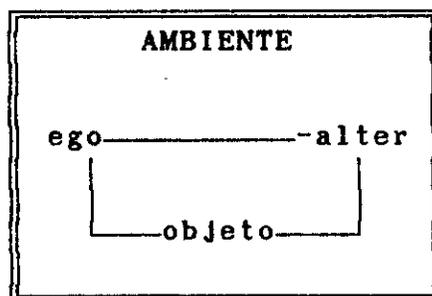
Sé que es discutible la situación feminista, sin embargo, considero que es representable a la influencia social, como un proceso que hace mención a una postura firme y coherente, y que de alguna forma se ha obtenido.

Nuestros abuelos consideraban que una mujer debía quedarse en su casa, ahora, la mujer debe participar en el sostenimiento

económico del hogar, son situaciones que se modifican con el tiempo y con los cambios de las sociedades.

## B). PERCEPCION LATENTE Y MANIFIESTA DE LA INFLUENCIA SOCIAL

Los problemas relativos a la influencia social son observables en un "esquema ternario (ego, alter, objeto), aunque desdoblado esta vez el polo del ambiente, ya que el objeto interpolado entre el propio sujeto y el otro se estudia ahora en un marco bidimensional, es decir, sobre la percepción manifiesta y latente".\*



La influencia social se puede determinar desde éstos dos puntos de vista, Manifiesto o Latente, ya que la influencia puede o no ser vista o demostrada.

En el sujeto pueden suceder dos mecanismos importantes debido a la influencia. El primero consiste en representar el

---

\* Personnaz y Personnaz, Un paradigma para el estudio experimental de la conversión. en La influencia Social Inconsciente. S. Moscovici et. al.

cambio sufrido por medio de la influencia, es decir, si a un individuo se le trata de demostrar lo bueno y económico de un producto y se le explica y envuelve de tal manera que le provoca a el individuo comprar el producto, estamos hablando de una percepción manifiesta de influencia.

En segundo lugar, y a partir de la misma situación del producto, un sujeto termina por no comprarlo y en cambio adquiere la marca que acostumbra, ésto nos demuestra que la influencia se pudo haber dado, sin embargo el sujeto prefirió comprar el producto de siempre, debido quizá a que la confianza que tiene del producto.

Sin embargo, la situación es un poco diferente en el momento de establecer un juicio o una opinión acerca de algo, ya que al hablar por ejemplo del aborto, manifiestamente abogamos por ella, ya sea como un derecho de la mujer o como medio jurídico, pero interiormente consideramos al aborto como un asesinato, y dependerá de la(s) persona(s) con la(s) que habla(mos) la forma de expresar el juicio, y se tornará manifiesta o latente, dependiendo la situación que se establezca.

Pero ¿se da una concordancia sistemática entre el cambio manifiesto y el cambio perceptivo latente o por el contrario, algunas situaciones provocan una disparidad o una oposición entre esas dos formas de parecer el cambio?.

Esta última posibilidad es fundamental ya que permite, desde el punto de vista de la interpretación teórica, revelar la existencia de un conflicto interno que se plasma en el hecho de

emitir un juicio de tipo A, pero mantener una percepción de tipo B respecto al mismo objeto. Tal irregularidad está sin duda relacionada con un estado de crisis que es propio de las situaciones sociales de cambio de normas.

Desde esta nueva perspectiva, nos encontramos ante cuatro casos hipotéticos que constituyen un nuevo marco de interpretación de los fenómenos de influencia.

1). Cuando un individuo cambia su norma a nivel manifiesto y social, como ocurre a menudo en los estudios sobre conformismo en los cuales la fuente es mayoritaria puede realmente modificar al mismo tiempo su respuesta latente (por ejemplo la percepción que tiene del objeto al que se refiere la norma).

2). Pero también puede ocurrir fácilmente que se haya mostrado conformista en público sin darse un cambio real, en la dimensión perceptiva o privada<sup>7</sup> a este fenómeno Personnaz le denomina «empleo de referentes clandestinos durante la interacción social».

El fenómeno es claro, las personas tienden a manifestar una postura frente a otra persona o frente a un grupo de personas, pero en lo individual mantiene otra postura diferente con respecto a la misma idea.

3). Pero también puede suceder que el individuo se niegue a cambiar de norma a nivel manifiesto como ocurre muy a menudo en los estudios sobre innovación en los cuales la fuente de influencia es minoritaria.

---

<sup>7</sup> Personnaz y Personnaz. (1990) pag.45

4). Se pueden dar también dos posibilidades: no modificar realmente en nada su percepción del objeto, o, 5). Por el contrario, por medio de un trabajo cognitivo subyacente, llegar a modificar su percepción del objeto, sin ser forzosamente consciente de ello. es a este último fenómeno al que se le denomina «conversión» (Moscovici y Personnaz, 1980).

### C). CONVERSION SOCIAL Y EL PODER

"La conversión consiste en un proceso intrapsíquico por el cual dos opiniones, juicios, representaciones o percepciones, se encuentran en conflicto cognitivo sin que el sujeto sea necesariamente consciente de ello. Este proceso se detecta al darse una oposición entre sus respuestas públicas -manifiestas- que siguen apareciendo conformes con su norma antes de la interacción, y sus respuestas perceptivas (o latentes) que ahora coinciden con una norma que el sujeto juzga -por el momento- diferente a la suya"<sup>2</sup>.

Para Tomás Ibáñez la conversión constituye un «sutil proceso de modificación cognitiva o perceptiva por el cual una persona continúa dando su respuesta usual, mientras que implícitamente adopta los puntos de vista o las respuestas del otro» (Ibáñez, 1990 p. 266).

Nos dice que en la teoría de la conversión pueden provenir tendencias a subestimar la importancia de las relaciones de poder

---

<sup>2</sup> Personnaz ..... pag. 46

y del conflicto «social» que se encuentra presente en todos los procesos de influencia, incluidos los procesos de influencia minoritaria. En efecto el poder, no es una cosa de la que se «dispone», en este caso la mayoría.

El poder es siempre una relación que se establece entre dos polos, el hecho de que exista un polo dominante no significa que el otro no desempeñe ningún papel en la constitución de la relación de poder, ni que esté desprovisto del mismo, ya que si esto fuera así, no habría dominación propiamente dicha y no se encontraría más que el libre curso dado por una gente a la realización de sus deseos o de su voluntad.

## D). EL CONFLICTO EN LA INFLUENCIA SOCIAL

Como hemos podido ver en la redacción de éste trabajo, dentro en la Teoría de la influencia social, es determinante una situación de conflicto, la mayoría de los teóricos de la influencia de la actualidad, desarrollan esa concepción y le han dado un toque especial a esta noción. El propio Moscovici propone en un artículo de 1993, la necesidad de abordar el proceso de influencia desde esta perspectiva asumiendo al mismo tiempo una postura y estableciendo varias condiciones para el estudio de la influencia minoritaria y que a continuación se desarrollan:

"a) Representa una posición "prohibida", "desviante", que es

socialmente pertinente en cierto momento...

b) O bien posee los medios materiales e intelectuales que permiten soportar las consecuencias de una toma de posición y abordar el conflicto que deriva de ella.

c) O bien tiene la posibilidad de provocar un conflicto, aunque la mayoría evite o rechace dicho conflicto. Esto significa, por una parte, que uno se adhiere completamente a su propia causa y que uno se identifique con su posición propia hasta excluir cualquier retroceso o cualquier incertidumbre. Esto significa, por otra parte, que se rechaza cualquier compromiso, aún si el compromiso representa la posibilidad más simple de resolver el conflicto. De este modo se corre el riesgo de ofender y de desenmascarar a la opinión mayoritaria.

d) La ausencia de compromiso que distingue la influencia minoritaria, lleva a la mayoría a un callejón sin salida. Desde el punto de vista psicológico, la ausencia de compromiso crea una relación de no reciprocidad.

Como la minoría se niega a ceder, la solución del conflicto solo parece depender de una concesión por parte de la mayoría.

e) El éxito de las tentativas de influencia depende menos del número, de la competencia, etcétera, de los actores sociales que de su estilo de comportamiento, ¿Qué quiere decir esto? simplemente lo siguiente, que persuadimos más bien por la manera en que nos comportamos y defendemos nuestro punto de vista, sea o no extremo, que por el hecho de hablar en nombre de diez mil personas, ser dos o quince, o ser especialista, o gozar de

prestigio"°.

## E). MODELO TRIPOLAR EN LA INFLUENCIA SOCIAL

De manera general se han expuesto los principios teóricos de la Influencia social que se van a utilizar en este trabajo de investigación, no quiero terminar la exposición de ésta teoría sin presentar al modelo Tripolar en la influencia propuesto por Moscovici en su desarrollo teórico y a lo largo de su trabajo de investigación:



Con éste modelo es que se han desarrollado muchas investigaciones en el ámbito de la Psicología Social, es por eso que no lo he querido pasar inadvertido, ya que para comenzar acerca o familiariza al que no la conoce, y por otro lado simboliza el trabajo que se presenta; El modelo tripolar constituye la obra de Serge Moscovici.

En él se representa la relación de influencia que se da en el ámbito social, la relación que se establece entre un sujeto y el alter o ser social, es decir constituye el cuerpo de creencias

---

° Serge Moscovici "Influencia manifiesta e influencia oculta en la comunicación" p.692 en Revista Mexicana de Sociología 1993.

y valores de la sociedad.

La cual puede estar representada por otra persona o por la conciencia colectiva, en otra perspectiva constituye "la conciencia" del deber ser, esta relación se complementa con un objeto o idea, la relación entre objeto-alter y persona constituyen el modelo de influencia, ya que una persona puede influir a la otra, con respecto a una idea, juicio u objeto, la influencia es independientemente de el poder y el número de las personas, una minoría puede ejercer influencia siempre y cuando tenga una posición coherente y consistente<sup>10</sup>.

Consideramos que tanto el modelo tripolar o genético y el modelo de Equilibrio o consistencia que presenta Fritz Heider, son equiparables, por lo tanto pueden ser utilizados de igual forma.

Sobre todo, servirá al final del trabajo, ya que a la hora de dar una explicación de los resultados se podrá hablar al mismo tiempo de influencia que de consistencia, en cuanto a los modelos se refiere.

A continuación se presenta a la teoría de la Consistencia y al modelo de equilibrio de Fritz Heider, sus principios y conceptos generales.

---

<sup>10</sup>Para más información ver el libro de la Psicología de las Minorías Acrivas de Serge Moscovici, 1980.

## II. TEORIA DE LA CONSISTENCIA COGNOSCITIVA

Una de las áreas de mayor actividad en la década de los cuarenta fué la de la teoría de la Consistencia Cognoscitiva, que surge como una necesidad de explicar al mundo que nos rodea, es decir, explicar los fenómenos sociales y a la sociedad misma.

Podemos mencionar como punto de partida la idea de Kurt Lewin, de "una visión general del hombre como un mecanismo cognoscitivo que reacciona en forma integrada a las influencias ejercidas sobre él.

Se asume que si entendemos el conjunto organizado de cogniciones que tiene el hombre alrededor de sí mismo y en el mundo, entonces podrá hacer una predicción acerca de como afectará la nueva información a la persona.

La teoría de la consistencia o integración cognoscitiva se basa en el análisis de la representación fenomenológica que el individuo hace de su mundo, de la forma en que se acumula, procesa y almacena información.

Al mirar de cerca este proceso cognoscitivo empezamos por reconocer que una cognición sirve de imagen o mapa del mundo y del yo de la persona, a la que Lewin llama el "espacio vital". Así pues, una cognición puede referirse a pensamientos, creencias

valores y actos. Estas condiciones se organizan y se integran dentro de un sistema que da a la persona un significado y una estabilidad.<sup>11</sup>

Este espacio vital proporciona al individuo los elementos que debe integrar para responder a nuevas situaciones y problemas, la coherencia cognitiva se establece para que el individuo organice el mundo y lo entienda.

La coherencia es un proceso intrapsíquico, en el que el individuo busca apreender la realidad, todo aquello que le cause problemas cognitivos, o sea de razonamiento, tenderá a olvidarlo o minimizarlos, si se le presenta un problema en cuanto a reconstruir sus esquemas predefinidos, se apoyará en los esquemas propios y pondrá barreras para la asimilación del otro, entonces la coherencia surge como una defensa del razonamiento, en donde simplemente busca los medios para fortalecer su propio concepto o idea, rechazando otra nueva.

Se supone entonces que la inconsistencia cognoscitiva crea tensión psicológica en una persona, entendida a la inconsistencia como el fenómeno que interviene en el sujeto al tratar de reforzar su propia idea, ya que no se puede negar que existe un momento en el cual el individuo, duda de sus esquemas o ideas predefinidas.

Este es un estado incómodo, que la persona trata de evitar.

---

<sup>11</sup> Bandura considera que la consistencia tiene origen filogenético, ya que los animales diferentes al hombre operan de acuerdo a la teoría de la consistencia. Es decir, la explicación de su mundo o de la realidad está en él mismo.

Pero si se llega a él, se origina una pulsión que reduce la tensión, el resultado es dar una solución al problema, ya sea olvidando al elemento inconsistente o bien modificando el propio.

Hay varias formas de resolver las inconsistencias cognoscitivas y así reducir la tensión. Primero la persona puede sacar la inconsistencia de su mente, negando o reprimiendo el problema. En segundo término, la persona puede minimizar la inconsistencia, sumergiéndola en una gran cantidad de consistencias para que se vea más pequeña. Cuando una persona enfrenta una contradicción entre dos de sus creencias, puede almacenar una gran cuerpo de creencias que sean consistentes con la forma de pensar o ver el conflicto. De esta manera elimina el desequilibrio.

Hay otras cinco formas de resolver el conflicto, las primeras dos son del análisis hegeliano; una de las cuales consiste en la diferenciación, en donde se hace una distinción entre dos clases del mismo concepto. Por ejemplo cuando una persona tiene conciencia de la inconsistencia de creer en la Biblia y en la Teoría de la Evolución, puede trazar una línea de distinción entre la Biblia literal y la figurativa, así podrá tolerar la inconsistencia entre la Biblia y la Teoría de la Evolución.

El segundo modelo hegeliano es el de la trascendencia, donde dos conceptos se crean y se combinan en uno mayor, organizado en un nivel superior.

La otra forma de resolver la inconsistencia es la de

cambiar el objeto sobre el cual se tiene una opinión, más que cambiar la opinión sobre el objeto. Otra forma es simplemente devaluar un tema o una tarea cuando se nota inconsistencia. Finalmente, existe la modalidad de simplemente soportar la inconsistencia o hacer de ella una virtud<sup>12</sup>.

### III. TEORIA DEL BALANCE O EQUILIBRIO

El principio de la teoría de la consistencia se remonta a la teoría del balance de Fritz Heider. El interés de Heider fué desarrollar una "psicología del sentido común"<sup>13</sup>, la cual, traducida en términos muy generales, significa una preocupación por los fenomenos que tienen un significado y fenomenológicamente son reales para un actor (acciones como desear, intentar; ideas como "poder ser", etc.).

De ahí que se centre en la percepción, y que sus relaciones interpersonales sean relaciones en donde hay un perceptor que percibe a otro que, a su vez, también percibe.

El hecho de que el otro sujeto sea un receptor es importante, sugiere Heider, pues significa que lo que el actor haga, lo que crea que el otro es y lo que piense que el otro va

---

<sup>12</sup> Las condiciones anteriormente mencionadas surgen del libro "Diseños para una Comunicación Persuasiva" de Otto Lerbinger. paginas 50 y 51.

<sup>13</sup> Sheldon Stryker, en Psicología Social Experimental, Compilador Wilhem Doise.

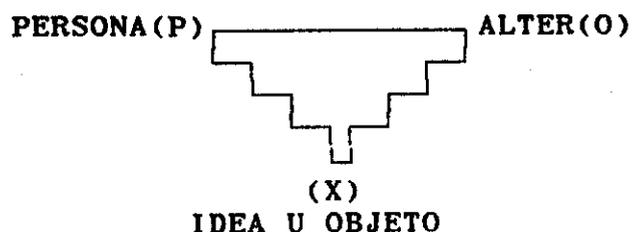
a hacer , son aspectos que afectan a su conjunto, parece un poco enredado y confuso, sin embargo no lo es tanto, ya que, en el ambiente social existen dos factores que intervienen en las personas:

a) El primero es alguna otra persona o el ser social, el ambiente por así decirlo, y

b) En segundo lugar los significados que forman el mundo, todos los hombres tenemos que hacerlo para poder darle coherencia (organización) y significado a un mundo, que de otra manera sería confuso, inestable e intolerante.

Las personas, afirma Heider, desarrollan sus propias psicologías ingenuas, como los medios para poseerse de un significado, continuidad y organización de las acciones de los otros y al final, de sí mismos.

Entre los sistemas que éste formuló está la triada a la cual nos hemos referido, la cual está compuesta por una persona (P) quien es el foco de análisis; otra persona (O), y una entidad impersonal (X), que puede ser una idea, un objeto, un evento, etc.(Figura 2)



La relación entre estos elementos puede ser desequilibrada o equilibrada. Por ejemplo:



puede ser influida por algún medio; el impacto puede ser en una idea, en un concepto o alguna conducta; se establece además las diferentes posibilidades de reestablecimiento del equilibrio con las que personas obtiene una respuesta adecuada en un momento determinado.<sup>14</sup>

Estas son el tipo de inconsistencias que le interesan a Heider, inconsistencias que exploran diversas formas en las que las personas ven sus relaciones con otras personas y con el ambiente y que trataremos de abordar en la explicación psicosocial final.

Como hemos podido ver tanto la teoría de la influencia como la teoría del balance o el equilibrio manejan la intervención del ambiente o medio social, cuestión de gran importancia psicosocial a considerar en la investigación.

## **IV. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION**

### **- O TEORIA DEL APRENDIZAJE-**

La noción del procesamiento de la información y la teoría del Aprendizaje, han surgido como una manera de comprender lo que sucede en el individuo cuando percibe al mundo, la realidad; a partir de ello ha nacido una preocupación por saber como el individuo reconoce su entorno y lo aprehende, lo hace suyo.

---

<sup>14</sup> Otto Lerbinger, Diseños para una Comunicación Persuasiva, Ed. Manual moderno, 1979.

Las investigaciones se apoyan en diversas teorías que han dado lugar a diversos trabajos, en ésta investigación se retoman algunas de ellas para visualizar el panorama de tal concepto.

Un campo en donde se ha investigado mucho este proceso es la Psicología genética desarrollada por Jean Piaget y sus colaboradores de Ginebra(1970-1980), puede considerarse un paradigma cognitivo por derecho propio. Pero en realidad el trabajo sobre inteligencia de Piaget es más antiguo que la noción del procesamiento de la información, sólo que el trabajo de éste estudioso los ha llevado a adentrarse a este nuevo campo de estudio.

Piaget establece ciertas características en su propuesta, primeramente concibe al sujeto con una postura epistemológica, es decir, un individuo que pretende comprender la realidad; en segundo lugar o término y desde un punto de vista constructivista, el sujeto construye su conocimiento del mundo a partir de la acción.

A partir de esto se concibe una idea general de la Psicología genética, que tiene como meta prioritaria descubrir los mecanismos ontogenéticos que determinan el desarrollo cognitivo desde el nacimiento hasta la adolescencia.

Dentro de esta perspectiva evolucionista son centrales los principios de asimilación y acomodación que determinan la adaptación del organismo al medio y su propio desarrollo cognitivo.

"La asimilación es el proceso por el cual se alteran los

elementos del ambiente de modo que puedan incorporarse a la estructura mental previa del sujeto.

La acomodación supone una tendencia a modificar las estructuras cognitivas en respuesta de las demandas ambientales. Por ejemplo un bebe, ante un objeto nuevo que desea atrapar, intentará hacerlo mediante el esquema de aprehensión previamente adquirido en su interacción con otros objetos (asimilación), pero es probable que además enriquezca y articule un esquema de aprehensión para «acomodarse» a las peculiaridades del nuevo objeto (forma tamaño, etc.).

Durante el desarrollo del niño ambos procesos se dan conjuntamente, aunque hay épocas de predominio relativo de la asimilación o de la acomodación<sup>10</sup>

En su libro sobre la Psicología del niño (1969), el individuo cuando es pequeño explica el universo a partir de esquemas de asimilación<sup>11</sup>, en donde intervienen la formación de significados como una función fundamental para la evolución de las conductas ulteriores, y que consiste en poder representar algo (una idea cualquiera) por medio de un significante diferenciado y que sólo sirve para la representación: lenguaje, imagen mental, gesto simbólico, etc.

---

<sup>10</sup> En Introducción a la Psicología Cognitiva, Manuel De Vega páginas 37-39, Editorial Alianza 1984.

<sup>11</sup> Piaget las llama también Operaciones del pensamiento.

Siguiendo a Head y a los especialistas en la afasia<sup>17</sup>, se denomina, en general, "simbólica", esa función generadora de la representación; en donde los lingüistas distinguen cuidadosamente los símbolos y los signos es mejor emplearlos con ellos la expresión semiótica para designar los funcionamientos referentes al conjunto de los signos diferenciados.

Bandura (1982) considera que por medio de los símbolos verbales o icónicos (imágenes), las personas procesan sus experiencias y las preservan en forma de representaciones que sirven como guías de sus conductas futuras. La capacidad de acción intencional se basa en la actividad simbólica, ya que sin su capacidad simbólica, los humanos serían incapaces de pensamiento reflexivo.

Si no hay una representación, el desarrollo reflexivo no existe, aún si la función semiótica genera significantes, que comienzan con la representación simbólica, que tiende a imitarse, aún sin su presencia, Piaget lo considera como "la imitación diferida", fenómeno que equivale a la repetición del modelo visto por la televisión la imagen mental se conforma al pensamiento.

Los psicólogos Marbe y Külpe demuestran la existencia de pensamiento sin imagen, lo que nos demuestra que puede imaginarse un objeto; pero el juicio que afirma o niega su existencia no es imaginado en sí mismo, lo que equivale a decir que juicios y operaciones son ajenos a la imagen, aún así son elementos

---

<sup>17</sup> La Afasia es la pérdida o trastorno del lenguaje hablado por la alteración de los nervios que controlan la fonación. Diccionario Anaya de la Lengua.

complementarios del lenguaje.

En efecto, éste solo se refiere a conceptos u objetos conceptuales a título de clases singulares y subsiste tanto en niños como adultos.

La unión de imágenes y palabras conforman conceptos o ideas de las cosas y del propio mundo, la formación de modelos o estereotipos se da de igual forma, lo Sociólogos y Psicólogos sociales han desarrollado algunas teorías sobre esto, por ejemplo desde el punto de vista funcionalista, la aprehensión de modelos o roles se dan en formas concéntricas, en donde el más pequeño de los círculos es la familia, que es en donde el niño aprende y reproduce pautas de conducta o funciones, a medida que crecen los círculos se van conformando en el individuo diversas funciones, en la escuela, en el trabajo, como ciudadano, como mexicano, etc., el proceso que determina tal repetición de roles es la imitación o interiorización<sup>1</sup>.

Por otra parte y ya no desde el punto de vista del procesamiento de la información, si no del aprendizaje, Bandura propone con un trabajo experimental, que la formación de modelos se da por medio de la socialización, en donde los juegos infantiles tienen una función importante. Ya que permiten la reproducción de modelos, en los juegos infantiles se trata de provocar en el infante, la reproducción de los modelos paternos, ya sea de roles o de conductas, a la niña se le educa a ser madre

---

<sup>1</sup> La interiorización es un concepto de la Teoría Funcionalista, y se refiere al proceso por el cual el individuo hace propios los roles o funciones que le pertenecen en el grupo.

desde niña, se le compran muñecas y juegos de té, que proyectan la imagen de una ama de casa.

Para los niños juegos de destreza y manualidades, los autos para armar, en fin objetos o cosas despiertan el ingenio y habilidad mental.

Bandura realiza una investigación con menores, para estudiar a los modelos humanos en la televisión, a los niños los enfrenta a modelos televisivos agresivos, para determinar si existe la repetición de los modelos presentados, Bandura pasa por ejemplo una cinta en donde se exhibe a la guerra o bien a una persona golpeando y regañando a un niño, la habitación está dispuesta de tal manera que en el momento en que termine la cinta en la televisión, el niño tenga un ambiente similar al de la cinta, para los menores que observaron la película de guerra, tendrán soldados de juguete, con los que reproducían a los modelos vistos en la cinta; los niños que veían a una persona violenta, se les disponía una muñeca o muñeco, del mismo modo los menores repetían las conductas violentas de los modelos, de toda investigación obtiene la conclusión de que la televisión genera la repetición de modelos, a través de su estudio determina que existen tres tipos de modelos humanos a repetir o imitar:

1) **Los simbólicos**, se presentan mediante instrucciones orales y escritas, son los personajes de la televisión, lo que representan en el plano de su realidad, son las características, los roles, el status del modelo que se quiere representar, es la imagen en una palabra.

2) Los plásticos; se distribuyen también en las películas, pero sobre todo en la televisión, es decir, es toda exhibición audiovisual; y como la mayoría de las personas están mucho tiempo expuestas a modelos simbólicos, estos modelos juegan un papel fundamental en la conformación de la conducta y la modificación de las normas sociales, con lo que ejercen gran influjo sobre la conducta sobre todo de niños y adolescentes. Son los personajes que refieren acción, los modelos que se pueden tocar y percibir, son los artistas y actores que representan a un personaje.

3) Ejemplares; se presentan al niño y al adolescente de manera verbal, son la representación de los héroes nacionales o de los villanos. Son los sujetos ideales de toda persona, ya sea buenos o malos.

De esta manera Bandura propone tres diferentes tipos de modelos a cuales el individuo puede imitar sus pautas de conducta, sus formas de pensar y de vestir, y al tener sobre todo a la televisión, como el medio de información más importante de nuestro tiempo se puede pensar que tales modelos de alguna forma son imitados, la importancia y reflexiones sobre la televisión se abordan en los siguientes apartados y en el siguiente Capítulo.

En seguida se realiza una breve exposición de la idea del tiempo libre y su relación con la televisión, es un espacio de reflexión sobre la dependencia o independencia que se tiene al televisor y su programación.

## V. EL TIEMPO LIBRE Y LA TELEVISION

Cuando se vive en una sociedad que está llena de problemas y de inconvenientes sociales, se busca en el tiempo libre ese escape de lo cotidiano, del aburrimiento, del stress, de la rutina.

Actualmente se han desarrollado investigaciones sobre el espacio no laboral, que se hace en éste, a que se dedica tal tiempo; en fin se ha vuelto un tema de interés para los investigadores sociales.

Frederic Munné en su libro de la Psicología del tiempo libre, hace un recorrido de las concepciones de tiempo libre a lo largo del tiempo, del mismo modo habla de las variantes que existen entre las actividades que se realizan dentro de él. Munné habla de que en la concepción burguesa, el tiempo libre es el tiempo para la holgazanería, el tiempo de descanso, que se dividiría en varios tiempos o actividades (no necesariamente tomadas así): Uno de ellos es el tiempo de descanso obligatorio y que se significa en el tiempo en que se duerme y que es necesario para todo ser humano.

En las diferentes épocas este tiempo ha sido mayor o menor, Munné habla que en la Edad Media este tiempo era menor igual que en la Revolución industrial, se dormía menos de los indispensable, sin embargo el desarrollo del trabajo laboral y de

las mejoras dentro de ellas, el tiempo de trabajo disminuye y con el el tiempo libre aumenta, el tiempo de ocio crece y surgen las actividades burguesas, que van desde el no desarrollar ningún tipo de actividad (holgazanería) hasta la gran variedad de Deportes, entretenimientos, es decir, la recreación: hay quienes encuentran en el deporte el alejamiento de los problemas de trabajo o la monotonía, y los más encuentran en los medios de comunicación a su medio de escape a la realidad, que propiamente no es un tiempo libre o de descanso, ya que al establecer una pauta de conducta o de relación con el aparato receptor, se encuentra uno frente a una recreación impuesta<sup>1</sup>, en donde ha llegado incluso a generar una nueva moralidad, Munné le llama "la moralidad de la diversión", en donde las actitudes dedicadas en el tiempo libre, no son más que una extensión de la rutina o del trabajo, estas a su vez pueden dividirse en dos formas o actividades:

La primera comprende a los hobbies y el segundo que constituye la diversión actual de aquellos que para huir de la aburrida cotideaneidad, viven de vez en vez una vida diferente de las que les es normal<sup>2</sup>.

El peligro de huida que esa respuesta entraña, ha sido explicada en estos términos por Cohen-Seat (1967): Actualmente

---

<sup>1</sup> Frederic Munné (1986).

<sup>2</sup> Katheleen Reardon en su libro de la Persuasión en la Comunicación, nos habla de la posibilidad de establecer una relación constante con el televisor, la que puede causar cierta dependencia por parte del telespectador.

las distracciones tienden a engendrar en un sentido nuevo el ocio, como plenitud de existencia, como vida que se basta a sí misma y posee en ella su propio fin, aclarar que el "ocio" que forzosamente es un tiempo, se diversifica inicialmente en actividades, y vuelve a unificarse luego a un nivel superior en una vida.

En la televisión se encuentra un factor decisivo para explicar <sup>no</sup> la inclinación social hacia una vida diferente y la fácil conversión de éste en una vida aparentemente autónoma, es la "estimulación constante" de la conducta por innumerables solicitudes sociales, que se representan en las necesidades y sueños de las personas que hacen que esa vida quede bajo el control de repetidas y heterogéneas ofertas interesadas y resulte construida bajo el imperio de los *Status Symbols*<sup>3</sup> y los héroes del momento, promocionados por la *mass media*<sup>4</sup>.

Todo esto hetero-condiciona el comportamiento, sin que el sujeto deje de considerarlo divertido, por sugestivo y emocionante<sup>5</sup>. El que el televisor le presente los modelos y juicios que a él le interesa, provocan un condicionamiento a las personas, la diversidad de modelos hacen otra parte interesante en la adquisición de conductas, los modelos no son únicos no

---

<sup>3</sup> Los Status Symbols están representados en los sueños de status o de poder, el tener cierta posición social y reconocimiento social.

<sup>4</sup> La mass media es la representación de la clase media, en ella están inmersos los profesionistas, artistas o personas reconocidas en el medio social.

<sup>5</sup> Munné (1980).

dirigidos a un sólo sector de la población, si no que existe la posibilidad de escoger el que más se asemeje a la persona o al que desee parecerse más, el hetero-condicionamiento no es más que la repetición de modelos de diversa índole, desde los ídolo musicales, hasta el tipo de escritor que más nos guste.)

## VI. CONCEPTOS DE FAMILIA

Se podría considerar que la familia o el concepto de familia que en la actualidad se tiene es algo frágil y volátil, sobre todo por los cambios tan grandes que se han dado últimamente en su entorno, por ejemplo, la Unión libre ha comenzado a desplazar a los casamientos, esto se debe a que no se quiere vivir con la responsabilidad que conlleva el matrimonio, si la relación entre pareja no funciona la separación es más fácil según estas personas, y las costumbres que rigen tal situación.

Se puede observar que los valores morales han caído en desuso, y utilizo esta palabra porque no quiero que se piense que se han perdido, y no se han perdido por que existen personas que los siguen utilizando y sus conductas se rigen a partir de ellos, estoy pensando en padres de algunos de nosotros o en los abuelos de uno, no sé, los valores sociales son algo que se puede modificar y cambiar paulatinamente, pero muy difícilmente se podrán perder totalmente.

Actualmente se observa un ambiente en donde la juventud no quiere sentirse atada a presiones sociales o morales, simplemente

quiere un poco de libertad en sus actos, ya que a partir de la experiencia que le han dado los errores cometidos anteriormente en la sociedad, ellos pudieran pensar que el casarse no implica que se vaya a ser feliz con la pareja por ejemplo, ni que la familia que uno forme pueda gozar de una buena existencia.

Estos son algunos ejemplos que han hecho que la sociedad y la familia hayan cambiado o se estén modificando, es ésta una de las razones por las cuales se proclamó a 1994 como el Año Internacional de la familia, por la decaída en la importancia que se tiene de ella en el mundo, se han dado campañas en pro de la familia, y los resultados no se verán si no hasta en años próximos, sin embargo los intentos fueron constantes y lo seguirán siendo.

En México por ejemplo se utilizaron frases como "Viva la Familia", y espero que se recuerden los comerciales de ésto, por ejemplo el padre que no va al futbol con los amigos, por convivir con su familia, o el padre que en un viaje de negocios piensa en volver lo más pronto posible para estar con su familia, en fin ustedes se acordaran de más ejemplos de ésto.

Todo ello surge como una iniciativa para reencontrar a la familia, a sus valores, a su modo de vida; iniciativa que refuerza o por lo menos hace recordar a la familia, y que en México de por sí es muy unida, sin embargo se ha visto en peligro por todo lo que se ha mencionado, es por eso que se quiere ver en este trabajo en que medida, comerciales como éstos y otros más han repercutido en la sociedad, si para bien o para mal, o

simplemente ha sido una más de las campañas que se van al olvido, que pasan inadvertidas para todos y todo sigue igual.

Como principio quiero dar a conocer que en la investigación se manejan dos tipos de familia, el de la Familia Tradicional, y el tipo de Familia Liberal que se observa en la actualidad.

## A). TIPO TRADICIONAL DE FAMILIA

Al tipo de familia tradicional se le entenderá como al Elemento Activo de la Sociedad <sup>o</sup>, la organización que se tomaba de la familia se representaba también en las leyes, y de acuerdo a las normas legales el matrimonio es la base de la familia.

Los requisitos que el Código Civil señala para contraer matrimonio son, entre otros: a) el hombre deberá tener por lo menos dieciseis años cumplidos, y la mujer catorce, a fin de estar en

condiciones de celebrar esponsales, (1) los que surtirán efecto siempre y cuando se cuente con la autorización de los representantes reconocidos por el juez correspondiente; b) el matrimonio legal sólo puede celebrarse ante funcionarios del Registro Civil; para que las personas menores de veintiún años de edad puedan casarse necesitan contar con el consentimiento previo de los padres ( a falta de éstos, dicho consentimiento lo pueden dar los representantes aceptados por el Juez del Registro Civil).

---

\* Referencia en El hombre y las Instituciones Sociales, Teja Andrade Jesús, D.E: Herrero y Cía., S.A., México D.F. (1953).

Son impedimentos para celebrar el casamiento, entre otros, a) la falta de edad señalada por la ley; b) el parentesco consanguíneo, ya sea legítimo o natural; los vicios y las enfermedades crónicas e incurables, etc.

### **1) DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS PADRES E HIJOS**

Los principales derechos y obligaciones legales de los cónyuges, son:

- a) organizar debidamente el hogar y ayudarse mutuamente,
- b) la mujer está obligada a vivir junto a su esposo,
- c) el marido tiene a su cargo, principalmente, el sostenimiento económico del hogar;
- d) la autoridad está en manos del esposo;

Los padres tienen el derecho de ser respetados y queridos con devoción en todo tiempo y lugar en que se encuentren; a que se les honre siempre; a recibir alimentos, medicinas y todo lo que les ahaga falta cuando las condiciones así lo requieran y lo permitan. tienen derecho en fin, a que se les reconozca el sacrificio realizado en bien de los hijos, sacrificio que no podrá pagarse con dinero, sino con cariño, gratitud y veneración.

### **2) OBLIGACIONES Y DERECHOS DE LOS HIJOS.-**

Teniendo en cuenta la tradicional forma de ver a la familia, las obligaciones de los hijos para con los padres son:

- 1) Respetarlos, quererlos y obedecerlos.
- 2) No avergonzarse nunca de ellos, aunque sean pobres, incultos y sencillos.
- 3) Honrarlos siempre por medio del buen comportamiento,

dedicación en el estudio y amor al trabajo.

4) Si están enfermos y necesitan ayuda económica y moral ayudarlos dentro de la esfera de sus posibilidades.

5) Escucharlos en sus orientaciones y consejos.

6) Ayudar a la madre en las labores domésticas, encaminado a prolongar la vida de ella para el bien de los hijos y el esposo.

### **3) LOS DERECHOS DE LOS HIJOS SON:**

Recibir alimento, y atención en todo género, a ser educados y preparados para la vida, a recibir el trato que corresponde a todo ser humano, a ser respetados y atendidos en sus necesidades e intereses.

## **B). TIPO DE FAMILIA LIBERAL**

El definir al tipo de " familia liberal" no se propone definir al significado opuesto al anterior, las características de los padres e hijos se modifican un poco, comenzaré dando algunas elementos de los padres:

a) El padre y la madre comparten los deberes y obligaciones en la familia.

b) Tanto el padre como la madre deben hacerse cargo de la manutención física y económica de el hogar.

c) La unión libre es una opción en las parejas actuales, formalmente no es un casamiento, pero las funciones son semejantes y las obligaciones de igual forma y se tienen que realizar por tal modo y por lo regular se comparten las

actividades, sobre todo si hay hijos, aunque en la unión libre y como caso importante de resaltar por lo regular hay control de natalidad, es decir, las parejas que viven en esta situación por lo regular no tienen hijos, como anteriormente mencionábamos las responsabilidades que conllevan son impedimentos para una separación posterior si es que la relación no resulta.

d) las obligaciones de alimento, educación y atención a los hijos perduran, al igual que en la familia tradicional, ya que son elementos fundamentales.

e) la situación de autoridad está presente en la familia, pero, la relación entre los integrantes de ella existe un ambiente de respeto y del fenómeno de dejar ser y hacer, la represión es poca o nula, en cambio se puede observar una relación de diálogo y concertaciones al interior.

La familia actualmente vive de igual forma es un estado de desconexión entre sus integrantes, debido a que como ambos padres trabajan y los hijos se dedican a estudiar, cada uno de los elementos viven separadamente, es decir, los esposos no se ven sino hasta la tarde o en la noche, igual que a los hijos, no queda más que a la hora de dormir, cada uno de los integrantes se preocupa por sus problemas y por sus soluciones, ya que es muy difícil que los comparta con su familia por la misma dificultad de horarios, nos estamos acercando a la forma de vida norteamericana, pero desafortunadamente esa es la familia liberal o moderna de este fin de siglo, los dos padres trabajando y los hijos en la escuela, no necesitaría más que acercarme a las

costumbres de los estadounidenses, la comida rápida y enlatada, la casa es el sitio de descanso en serio, porque sólo se va a dormir en ella, el resto del día permanece sola y la vida en familia, si es que se dá solo es de sabado y/o domingo.

## VII. REFLEXIONES FINALES

En éste Capitulo hemos abordado las nociones teóricas de la investigación, se habló de la influencia social, de su importancia para el cambio social y su repercusión en el ambiente social; De igual forma abordaron las temáticas de la Consistencia Cognoscitiva y el restablecimiento de el Equilibrio, ambas teorías representadas por un modelo tripolar semejante, en donde ambos establecen un proceso de conflicto (para la influencia) o bien de inconsistencia (para la Consistencia Cognoscitiva), en ambas se habla de un reestablecimiento o disminución de el mismo, estos dos procesos suceden en el individuo en el momento de relacionarse con otra persona o con otro ente, se establece la relación de dos personas frente a un objeto o idea, frente la cual a la cual el sujeto debe responder de alguna manera, las dos posibilidades que hemos observado son: El Cambio Social o Reestablecimiento del Equilibrio respectivamente.

A esta situación se debe incorporar las ideas del procesamiento de la información, tal noción nos ayuda a entender aún más lo que puede suceder en le individuo frente a una situación determinada, en donde es importante resaltar que los

individuos

primeramente no asimilan igualmente las ideas, nos adentramos a la heterogeneidad de las personas, esto se debe a que todos los individuos no tienen el mismo punto de vista sobre una cosa, o simplemente no desean compartir, ni mucho menos cambiar su muy particular forma de ver a un objeto, lo que complica la situación que queremos estudiar, en todo caso el trabajo posterior trata de indagar y responder a las situaciones hasta ahora planteadas para dar con buen termino a este trabajo final de investigación.

Hasta este momento se han dado las bases teóricas de la investigación y de éste trabajo, sólo nos hace falta hablar un poco sobre la televisión, para dar por asentadas las bases de la tesina, en el capítulo siguiente se da una breve historia de la invención de la televisión, su desarrollo histórico y su llegada a America y la importancia de un mexicano en el desarrollo tecnológico de la TV, pero comencemos con el siguiente apartado, denominado "Algo sobre la Televisión".

## CAPITULO DOS

### ALGO SOBRE LA TELEVISION

#### I. LOS MEDIOS DE COMUNICACION

El eco multiplicado de los caracoles, el ritmo autónomo de las percusiones, las señales de humo en los horizontes; todos ellos, formaron durante milenios, el lenguaje primitivo del hombre en la distancia.

Hoy en día, en la aurora de la humanidad como especie, los medios de comunicación masiva: la prensa, la radio, la televisión, son el lenguaje actual, que se extiende en la distancia de igual forma que los nervios son la extensión del pensamiento del hombre.

Sin embargo, aunque los medios han alcanzado una portentosa evolución, el contenido ha sufrido un radical retroceso, al grado de que el mensaje enviado, sólo alcanza la categoría de verdad en presencia de la gran masa y cuando una élite emisora difunde técnicamente, el mismo mensaje, sobre millones de receptores sin posibilidad de objeción.

Es así como se genera el fenómeno social de la enajenación, definida dialécticamente como: "el estado del hombre en que sue

propios actos se convierten para él en una fuerza extraña situada sobre él y contra él, en vez de ser gobernada por él".

Así queda nulificado el concepto de comunicación, ya que los tres elementos que la componen, emisor, receptor y mensaje, funcionan en una sola dirección, privando al receptor de la posibilidad de participar en el proceso.

Escuchemos el rumor sordo de la multitud de problemas cuya solución exige la colectividad; volvamos los ojos hacia las necesidades que apremian y sofocan a nuestro pueblo, y ya colocados en esa tesitura contestemos con lealtad a esta pregunta: ¿hacen algo los medios para plantear con veracidad, sin ocultar ni manipular alguna de estas inquietudes y problemas?

Una respuesta absoluta no puede ser dada, pero no es posible negar que, ante la enajenación, el hombre participa como testigo y como víctima simultáneamente<sup>1</sup>.

Es increíble ver que hace cuarenta y cinco años no existía la celebración del 10 de Mayo, los medios de comunicación han inventado falsas ideas de tradicionalismos y costumbres sociales, encausadas por medio de la publicidad y el comercio.

Recordemos y comprendamos que los grandes comerciantes ven a la publicidad como una inversión recuperable.

Como un ejemplo de esto tenemos que los medios de comunicación son totalmente comerciales, si se habla de la prensa, se tiene que de 200 revistas cinco cuando mucho son de

---

<sup>1</sup> Trabajo presentado en la primera Asamblea Nacional del Congreso del trabajo, en el marco del punto "Deportes, Cultura y Recreación", México, D.F., julio de 1978.

interés colectivo, de 350 diarios los de mayor circulación son aquellos que se dedican al deporte y a la nota roja. En cuanto a las radiodifusoras de 1000 radiodifusoras que existen en el país, sólo 10 son de contenido social (Radio Red, Radio UNAM, Radio 730 AM y otras más en el interior de la República).

Pero todos estos males son los menos si los comparamos con la televisión, en donde sólo tres empresas acaparan 90 canales de televisión, de los cuales sólo dos realizan serios intentos por una programación de contenido social, mientras que las restantes se caracterizan por su prepotencia enajenante, su incidencia comercial y su magnitud mediatizadora a todos los niveles, de tal manera que a los niños se les proporciona héroes falsos y violencia sutil; a las mujeres, insulsos dramas y aletargamiento y a los hombres competencias deportivas como método para desviar su atención de los verdaderos problemas.

## II. BREVE HISTORIA DE LA TELEVISION

Al reconstruir los caminos principales por los que la sociedad ha moldeado a los medios de comunicación a distancia, se tienen que establecer tres temas diferentes de alguna forma y requieren de una clarificación.

En primer lugar están los abundantes y complejos factores sociales que establecieron la necesidad y la consiguiente búsqueda de un medio de comunicación instantáneo, capaz de salvar océanos y atravesar continentes.

La historia comienza con el descubrimiento del selenio en 1817. El químico sueco Jacob Berzelius lo descubre como un metaloide capaz de sufrir alteraciones bajo la influencia de los fuertes rayos solares y que habría de ser, como veremos más adelante, la base de el mosaico del «iconoscopio», fundamento de la televisión electrónica de nuestros días.

Dicho descubrimiento lo corrobora un modesto telegrafista

La historia comienza con el descubrimiento del selenio en 1817. El químico sueco Jacob Berzelius lo descubre como un metaloide capaz de sufrir alteraciones bajo la influencia de los fuertes rayos solares y que habría de ser, como veremos más adelante, la base de el mosaico del «iconoscopio», fundamento de la televisión electrónica de nuestros días.

Se ha reconocido al año de 1926 la fecha de su descubrimiento, sin embargo su historia va más atrás, a continuación se dan una serie de nombres, adelantos o pioneros del invento y que nos dan una mejor visión de como surge la «televisión».

La historia de su descubrimiento y su evolución, la que fuera bautizada por tres veces: la primera, como «radiovisión»; la segunda, como «video»; y la tercera, y ya definitiva, como «televisión».

La televisión es pues fruto directo del invento técnico de la radio, pero también tiene su pequeña historia, la pequeña historia de su descubrimiento y su evolución, la que fuera bautizada por tres veces: la primera, como «radiovisión»; la segunda, como «video»; y la tercera, y ya definitiva, como «televisión».

Finalmente están los hechos que transformaron la telegrafía en un medio de masas idóneo para transmitir programas a los receptores domésticos de naciones enteras.

irlandés de apellido May , quien cincuenta y seis años más tarde, en 1873, al contemplar con sorpresa cómo las variaciones de intensidad que experimentaba la línea servida por él se producían según que los rayos solares incidiesen con mayor o menor intensidad lumínica sobre la resistencia del selenio. Comenzaba a gestarse así la célula fotoeléctrica que habrían de conseguir en 1892 Geitel y Elster.

La citada propiedad del selenio y su comprobación sirvieron de base al estudio de los científicos y a las meditaciones de los investigadores, así como a la intuición del principio según el cual por medio de la energía eléctrica es posible obtener una imagen en movimiento. Este principio (1887) es debido a los ingleses Selenck y Carley y se basa en la descomposición y sucesiva recomposición de la imagen-televisión ofrece en su procedimiento técnico de emisión y recepción. Es decir, análisis y síntesis de la imagen en un número determinado de partículas, punto de arranque del «mosaico»<sup>2</sup>.

Sin embargo tres años antes Paul Nipkow proyecta rayos catódicos sobre un disco de su invención, lleno de menudas perforaciones y montado de forma que pueda girar a gran velocidad, consigue proyectar a distancia la imagen de una pequeña cruz. Nace así el «disco de Nipkow», patentado en Alemania y que se considera como fundamento de la televisión llamada «mecánica», que habrá de ser descubierta cuarenta y dos años más tarde.

---

<sup>2</sup> Ver Arias Ruiz Anibal (1971). pags 27-28.

Durante este tiempo surgen un gran número de nombres con mejoras a el invento, hombres tales como el ruso Bakhmetiev; Mac Carey, Elster, Geitel y Lee de Forrest; los americanos; d Andres Leblanc, René Parthelemy, Belin y Henry de France, franceses; Ayrton y Perry, ingleses; Weiler, Von Bronke y Holweck, alemanes; los propios Hertz y Marconi, el sueco Korn, etc., etc.. Sin embargo es el ruso Zworykin quien basándose en el principio de Marconi patenta el iconoscopio el cual elimina el proceso mecánico del disco de Nipkow transmitiendo fotografías simulando movimiento, une el sonido a la imagen, este producto podía ser ya industrializado.

Pero es el escosés John Logie Baird quien, exactamente en 1925, mientras el francés Belin continúa incansable el perfeccionamiento de su sistema de transmisión de fotografías y dibujos por radio, descubre la televisión.

Baird desde muy joven realiza algunos ensayos con cables telefónicos y la electricidad. A los treinta y seis años en Inglaterra inventa un aparato toscamente improvisado, casi ridículo, colocado sobre la mesa de un lavabo realiza sus primeros trabajos.

Una caja de té barato, sostiene un motor de segunda mano, otra de galletas aloja en su interior la lámpara de proyección; las lentes le cuestan a cuatro peniques cada una; cartón, clavos, chinchas, astillas y tiras de caucho son los elementos componentes de su disco rotativo.

En esas condiciones tan rudimentarias consigue transmitir la

figura de una pequeña cruz a unos metros de distancia, pero es hasta el día de octubre de 1925 y después de mil intentos, consigue transmitir de una habitación a otra a un muñeco de ventriloquía, se ha obtenido más que una mancha, se observa con nitidez la figura del muñeco sus ojos y nariz suceden como unos puntos negros.

Entonces sucede el milagro Baird baja de su departamento y sube a fuerza a un botones logra transmitir a William Taynton, de veinte años de edad, aunque algunas versiones dicen que en realidad fue un aficionado amigo de Baird que le ayudaba a sus trabajos, en fin quien haya sido es lo de menos, ya que se consolida con esto la invención de la televisión<sup>9</sup>.

Tras algunas mejoras el 9 de febrero de 1928 se lleva a cabo la primer transmisión trasatlántica desde la estación inglesa de onda corta de Coulesdon a la de Hartsdale en el estado de Nueva York.

En junio del mismo año se ensaya la exploración de la imagen a la luz del día, verificando en agosto la primera experiencia de televisión a color, a base de la explotación de la imagen con luz roja, verde y azul.

Pero, es dos años más tarde cuando el mexicano Guillermo González Camarena verifica en los Estados Unidos el primer ensayo de transmisión televisada a color en todo el mundo.

---

<sup>9</sup> El tosco aparato experimental del descubrimiento se conserva en el Museo Victoria Alberto de Londres.

### III. LA TELEVISION EN MEXICO

#### 1. BREVE RESEÑA DE SU APARICION

La historia de la televisión en México, se remonta a 1936, con anhelos y grandes proyectos la primer televisión resulta ser un fracaso, y es arrinconada y hechada hasta la Bodega.

Es hasta 1945 con la invención de los bulbos electrónicos y con la ayuda de Lee de Forrest y con la colaboración de Guillermo González Camarena, que se crea la primera transmisión de televisión simultánea.

A partir de éste avance tecnológico en México, se lleva a cabo la primera reunión de empresarios interesados en la televisión, a la cual le nombran, la Primera Cámara Constitucional en México de la televisión.

Después de una gran movimiento y de la instalación de equipo para las transmisiones, el 7 de Septiembre de 1946 es inaugurada la Primera Estación televisora del país formalmente (debido a que ya se habían realizado fallidos intentos por hacerlo), tal acontecimiento se lleva a cabo en el Laboratorio experimental, instalado en la calle de Iturbide # 74 del Distrito Federal.

La transmisión comenzó a las 20:30 horas con un programa de entrevistas breves, a personas importantes de aquella época. El invitado principal fué el General Fernando Ramírez, a quién se le entrevistó, sobre sus actividades en el Gabinete Presidencial y

del invento de la televisión, al cual auguró un gran éxito.

En 1950 el Presidente Constitucional Miguel Alemán lleva a cabo un mensaje de beneplácito por las transmisiones televisivas y presenta la postura de ayuda y apoyo para su mejoramiento, en una de sus palabras, textualmente menciona: "La maravilla de la televisión es desde hoy una magnífica realidad en México". Lo cual abre la Industria de la televisión en México.

El establecimiento de los primeros canales queda de la siguiente manera:

- La primer estación registrada es la XHTV Canal 4, dirigida por Televisión de México S.A., la Concesión se da al Sr O'Farril y O'Farril Jr.
- Canal 2, registrada el 10 de Mayo de 1952 y se concesiona a Emilio Azcárraga *Senior y Jr.*
- Canal 5, año de registro 20 de marzo de 1954, Conseción al Señor Guillermo González Camarena.
- Canal 11, registrada el 15 de Diciembre de 1958, IPN.
- Canal 13, registrada el 12 de Octubre de 1968, a Francisco Aguille Sr y Jr.
- Canal 8, registrada el 25 de enero de 1969, al Grupo Monterrey.

Así es como quedan establecidas las primeras estaciones de televisión en México, que posteriormente se irían modificando y naciendo otras nuevas.

Por ejemplo, el Canal 13 pasa en manos del Estado y abre otro canal (7), ésto para la década de los 70s.

Con los canales 2,4 y 5 se forma el grupo Televisa y

promueven la aparición de un canal cultural, el Canal 9.

En fin, la televisión en México se ha ido modificando y creciendo, hasta hacer la televisión que ahora todos podemos ver.

#### IV. IMPACTO SOCIAL DE LA TELEVISION

La necesidad humana de comunicación a largas distancias se acentuó en las guerras y conflictos sociales, y la voz humana tuvo que ser el medio por el cual se lograra esa comunicación.

Cuando se logra la televisión por los desarrollos tecnológicos y científicos, se crea en las sociedades un estado de interés general por obtener el receptor en sus hogares, ya que con el desarrollo de la teledifusión, los cómicos y artistas más famosos de esa época aparecen en televisión, sólo que el auditorio es poco, ya que no todas las personas pueden hacerse del aparato receptor, pero, lo que si es un hecho, es que "el receptor de televisión se convirtió rápidamente en un símbolo de *Status Social*.

En su periodo inicial de difusión, aquellas familias que mal podrían pagarse un receptor llegaban a prescindir de otras necesidades para obtener uno.

El plan de pago con facilidades, que era ya una costumbre norteamericana profundamente arraigada, pasa a ser utilizado por familias de modestos recursos para adquirir un televisor.

La urgencia de ser identificado como poseedor de un receptor fue tan poderosa que se ha sabido de familias que instalaron

antenas en el techo de sus viviendas mucho antes de poseer los receptores<sup>4</sup>.

En el Capítulo anterior se mencionó que la televisión forma parte de la rutina de las personas, en el mundo burgués de la triple división del día (ocho horas de trabajo, ocho horas de sueños y ocho para cualquier otro tipo de actividades), la televisión se ha situado en el punto y momento exacto como medio indispensable, como medio adecuado para servir a las necesidades de información, de entretenimiento, de cultura y de formación que el mundo actual requiere.

Sin embargo aunque hoy hablemos de "que una persona puede recibir hasta 500 canales de televisión en su propio hogar, y de satélites maravillosos que llegan a los rincones más escondidos de la tierra, de teléfonos celulares, de telefonía que en segundos nos lleva al otro extremo del mundo, teleconferencias de los grandes sabios y expertos.

Es la era de los sistemas y medios de comunicación maravillosos.

Pero hoy el ser humano, en especial en las grandes urbes, está más incomunicado que nunca. Pero de esto no lo tengo que convencer; mejor pregunte a sus seres más cercanos.

Paradójico: mientras más recibimos información, más nos incomunicamos.

¿Por qué? El más elemental análisis de flujos de

---

<sup>4</sup> De Fleur, Melvin (1980) "El contexto social de los medios de comunicación a distancia" p. 102.

comunicación puede mostrarlo en un sencillo mapa: nos alimentamos exclusivamente con la información que nos interesa y nos complace, o con la que nos llega más fácilmente a través de esos grandes validadores que son los medios de comunicación.

Cada quien conforma y nutre su particular visión, imaginaria y construye su propio esquema de la realidad, que no en pocos casos difiere en mucho de la colectiva.

La gente escucha lo que quiere escuchar. Elige las lecturas que van a alimentar su acervo de conocimientos. Y así conforma sus propios esquemas, en algún grado parciales y limitados, que le llevan a identificarse sólo con personas que han elegido proyectos similares.

Y entonces se dan los grupos, clanes, las cofradías, las sectas, las agrupaciones prodignificación de las vedettes; así determinan su verdad y de ahí nadie los mueve.

Hemos visto que nuestra realidad más que conformada por el método científico, mayormente está construida por juicios. Señales que se emiten y terminan por posicionarnos en la sociedad. Así surgen los mitos y las realidades.

En el medio artístico toca navegar por el mar de los sueños, las imágenes, los conceptos, los ideales, prototipos. Debe ser brutal creer en las fantasías.

Porque a fin de cuentas, como siempre, la realidad termina por superar a la fantasía<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Revista Teleguía, Año 42, No. 2155, del 27 de Noviembre al 31 de Diciembre de 1993

## V. LA TELEVISION Y LA FAMILIA

La formación humana, como es lógico, no se detiene. Hábitos y costumbres forman parte y son elementos imprescindibles en la vida de relación de la sociedad. Vienen a ser manifestaciones externas de una información inferior. Casi como envoltura de un contenido, que no es otro que el del superior estrato moral en que la televisión incide por las razones lógicas derivadas de su propia naturaleza.

Es a este respecto cuando por primera vez se dispone de un medio a escala mundial capaz de penetrar, de influir poderosamente con extensión ciertamente masiva. Y con una ventaja real sobre los demás: la de que en sí, en su contenido y en su forma rechaza de antemano todo cuanto pueda deformar, todo aspecto de moral, como si un tácito compromiso existiese entre ella y el mundo de hoy<sup>6</sup>.

Es cierto que en ocasiones y en lugares concretos la televisión se ha situado o podría situarse en posición, más que constructiva, destructiva de esa formación, apoyándose en el retorcido argumento de que, en definitiva, la televisión sólo transmite realidades de la vida al hombre de nuestro mundo.)

Y puesto que es «ventana abierta sobre el mundo» y en el mundo existen esas cosas, la televisión debe también

---

<sup>6</sup> Ver El mundo de la Televisión, Arias Ruiz, Anibal (1971) págs. 367 - 368.

transmitirlas, hacerlas llegar hasta él.

Sobre ese supuesto se manifiestan intentos en tal sentido. Los problemas del sexo y la violencia siguen siendo temas candentes en el orden de la televisión del mundo de hoy.

Problemas e intentos, sin embargo, que, como veremos, chocan contra el obstáculo de los códigos o en ocasiones «autocódigos» de moral que las televisiones de todos los países se aplican a sí mismas.

Nadie admite sensata ni honradamente una televisión inmoral. Que determinadas producciones pueden asomarse a la pequeña pantalla ese más bien fruto de una sociedad que las genera, esto es, una mínima y aparentemente irresistible filtración que se produce en razón de una situación ambiental.

Pero esto mismo que se aprecia en los escasos programas de este tipo que en algún momento concreto pueden producirse choca contra el marco habitual de toda televisión: el familiar.

Un marco familiar donde efectivamente se lleva a cabo el primer proceso, acaso más importante de todos, de la formación humana. Hábitos y costumbres de un lado, normas de moral natural de otro, tienen en el seno de la familia el centro de cultivo permanente y eterno. A él coadyuvan los centros educacionales como la escuela, el instituto, la universidad... claro sin el toque personal e individual que en el seno familiar existe.

Es cierto que cuando la familia no está impregnada de los principios sólidos, de los valores morales que la fundamentan como primera y más esencial comunidad, la educación corrige, la

educación puede volver a centrarla en su papel. Pero desgraciadamente esto no ocurre en todos los casos, y en aquellos en que sí, vuelve la familia, cómo célula básica de la sociedad, por sí misma.

Es el marco familiar el que obliga a la televisión. Un espectáculo cualquiera puede permitirse cuantas extralimitaciones le sean autorizadas hoy en día. Y pueden permitírselo en razón de que cuenta de antemano con la complicidad de un público que quiere ver precisamente eso.

Pero en el seno del hogar tal complicidad no existe. Y en este no existir reside la fuerza de la televisión como instrumento, como medio de formación humana en el aspecto moral, esto es, en el cultivo de los valores supremos de el espíritu, cara al comportamiento de los demás o en el camino más elevado que implica el conocimiento de lo divino, supremo fin del hombre<sup>7</sup>.

En la formación de la conducta y del espíritu del hombre de nuestro tiempo, como en la del hombre de todos los tiempos, los procedimientos, los sistemas són múltiples e infinitos. Tanto como las actividades, medios o sistemas que puedan influir sobre el hombre como tal. Y entre todos ellos, acaso con carácter de primacía, figura la televisión.

---

<sup>7</sup> Arias (1971) pag. 369.

## VI. LA PUBLICIDAD EN LA TELEVISION

[La publicidad televisada ejerce sobre las costumbres una influencia que no puede ni mucho menos desdeñarse. La moda, tirana de todos los tiempos, es una necesidad de la industria a la que afecta en cada caso.

Y la publicidad resulta imprescindible para la venta del producto, también ante la realidad archisabida de que ella es uno de los medios más eficaces para incrementar un rendimiento.

Como anteriormente se ha mencionado la publicidad es una inversión redituable para los comerciantes, ya que si logran captar la atención del público con su comercial, éstos lo tendrán presente en el momento de consumir y elegir tal o cual producto.

[El impresionismo evidente del *spot* publicitario, que constituye en nuestros días una actividad intensa y especialísima, origina en bastantes ocasiones y en torno a un producto determinado una costumbre o un modo de hacer.

[Por ejemplo: el gusto por tal o cual alimentación, introduce en una diversión la exigencia del consumo del producto. Se presenta un modo de vestir que cambia un ambiente. Realiza en fin, en aras de un interés evidentemente respetable, una evolución que afecta esencialmente la esfera de las costumbres de una sociedad.

Incluso provoca en algunos casos el nacimiento de necesidades que antes no existían.

(Sin embargo cada televidente tiene su propio gusto en la

publicidad, hay quienes la consideran como algo amenazante, hay quienes disfrutan los comerciales, por el momento mágico que recrean, es increíble pensar que en Estados Unidos ha ido creciendo la importancia de los comerciales, que los publicistas piensan establecer los *ratings* de comerciales<sup>9</sup>. Así como se establecen los ratings de los programas.

La televisión está ante un nuevo umbral, en éste y otros planos. Los *ratings* comenzaron de manera simple, para probar a los anunciantes que la radio y la televisión podían ayudarles a vender más sus productos.

Desafortunadamente la televisión se torna por lo mismo más comercial día con día y menos de contenido cultural o general que nos podría interesar. Esa es la televisión de nuestro tiempo.

## VII. LEGISLACION DE LA RADIO Y LA TELEVISION

El siguiente apartado consiste en la presentación de algunos capítulos de la ley federal de la Radio y la Televisión, para que conozcamos algo más de la televisión en México.

La legislación es clara y aunque es ya muy vieja sigue vigente. El contenido es el siguiente

---

<sup>9</sup> Fuente del dato: Revista Teleguía, Año 41 # 2134 del 3 al 9 de julio de 1993.

# EXTRACTO DE LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION

(Promulgada el 19 de Enero de 1960)

## TITULO PRIMERO

### Principios Fundamentales

#### Capítulo Unico

**Artículo 1.** 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.

**Artículo 2.** 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 expansión, sólo podrán hacerse previa concesión o permiso que el ejecutivo federal otorgue, en los términos de la presente ley.

**Artículo 3.** 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, basimile, o cualquier otro procedimiento técnico posible.

**Artículo 4.** 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.

**Artículo 5.** La Radio y la Televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de las 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.

**Artículo 6.** En relación al artículo anterior, el ejecutivo federal, por conducto de las Secretarías y Departamento de Estado, los gobiernos de los Estados y los ayuntamientos; las organizaciones públicas, promoverán la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica.

### CAPITULO TERCERO

#### Programación

**Artículo 58.** El derecho de información, de expresión y de

recepción mediante la Radio y la televisión, es libre, y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición jurídica o administrativa, ni de limitación, ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución de las Leyes.

**Artículo 59.** Las estaciones de Radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración de treinta minutos continuos o discontinuados, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El ejecutivo federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión.

**Artículo 63.** quedan prohibidas todas las transmisiones que cause la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea, mediante expresiones maliciosos, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de violencia o del crimen; se prohíbe, también, todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas o discriminatorio de las razas; queda así mismo prohibido, el empleo de recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos.

**Artículo 67.** La propaganda comercial que se transmita por la Radio y la televisión se ajustará a las siguientes bases:

I. Deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio

comercial y el conjunto de la programación.

II. No hará publicidad a centros de vicio de cualquier naturaleza.

III. No transmitirá propaganda o anuncios de productos industriales, comerciales o de actividades que engañen al público, o le causen algún perjuicio por la exageración o falsedad en la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedades.

**Artículo 68.** Las difusoras comerciales al realizar la publicidad de bebidas, cuya graduación alcohólica exeda de 20 grados, deberán abstenerse de toda exageración y combinarla o alternarla con propaganda de educación higiénica y de mejoramiento de nutrición popular. En la difusión de ésta clase de publicidad no podrán emplearse menores de edad, tampoco podrán ingerirse real o aparentemente frente al público los productos que se anuncian.

**Artículo 72.** Para los efectos de la Fracción II del artículo 5 de la presente ley, independientemente de las demás disposiciones relativas, la transmisión de programas y publicidad impropias para la niñez y la juventud, en su caso deberán anunciarse como tales al público en el momento de iniciar la transmisión respectiva.

**Artículo 73.** Las difusoras deberán aprovechar y estimular los valores artísticos, locales y nacionales, y las expresiones de

arte mexicano, dedicando como programación viva mínimo en cada caso deje la Secretaría de Gobernación, de acuerdo con las peculiaridades de las difusoras y oyendo la opinión del Consejo Nacional de Radio y Televisión. La programación diaria utilizada, la actuación personal, deberá incluir un mayor tiempo cubierto por mexicanos.

## CAPITULO TRES

### DISEÑO EXPERIMENTAL

En este capítulo se describe la técnica utilizada en la investigación para obtener de los estadísticos que nos den soporte a la explicación y conclusiones del trabajo, de ahí que este apartado resulte de gran importancia en la tesis.

En un primer momento se pensó en realizar simplemente un Análisis de Contenido de comerciales de televisión, que nos dieran cuenta del modelo de familia que se presenta en la televisión, y a partir de ello construir una explicación causal de las posibles vías de influencia que ejerce la televisión por medio de éste, sin embargo, se consideró conjuntamente con el asesor que esto sólo nos daría un enfoque individualizado de la influencia, por lo cual no tendríamos control de la repercusión social de los modelos, al momento de compartirlos con las demás personas de la sociedad, en conclusión, no se podría hablar de influencia social, sino sólo de influencia, y desde la perspectiva digámoslo, conductista; ya que sólo se reportaría los modos de influencia que se pueden dar a ciertos estímulos, que en este caso serían los modelos de familia, pero en fin, tal situación no fue considerada y a cambio se utiliza una técnica que consideramos adecuada a la perspectiva social, que desarrollamos

con un tinte más psicosocial de la influencia, el cual espero que sea entendible para todas las personas que lean este trabajo.

La estructuración del capítulo es la siguiente: Primeramente se exponen las condiciones iniciales de investigación, como se planeó la experimentación, para que posteriormente se reseñen los posibles cambios que hayan existido, en la realización del mismo, es decir, los cambios que se hayan dado en la aplicación y los problemas a que me enfrenté y que por lo mismo no estaban planeados.

## I. CONDICIONES DEL DISEÑO

- TIPO DE DISEÑO: Estudio Cuasi experimental o pre-experimental.
- VARIABLE DEPENDIENTE: La opinión en torno a la familia.
- VARIABLE INDEPENDIENTE: la presentación de un Video que contiene comerciales con modelos de familia y un Programa que contiene información sobre el tema. Una entrevista en el programa de Un Nuevo Día.
- OBJETIVO: Comparar a dos grupos de personas, con la aplicación de un pretest y un posttest.
  - Un Grupo Control y un Grupo Experimental.De los cuales ambos recibirán un pretest y un posttest (los grupos deben ser lo más similares posibles).
  - a) cada grupo contará con tres parejas.
- UNIDAD DE ANALISIS: Padres de familia.

**- CARACTERÍSTICAS DE LOS SUJETOS:**

- a) Parejas de 30 a 50 años con hijos.
- b) Nivel socio-económico Medio (de 2 a 4 salarios mínimos, acumulados si es que ambos trabajan).
- c) Parejas que vivan en la zona Oriente de la Ciudad.

**- MODO DE MUESTREO:**

Se acudió a la Terminal de la Línea C del metro, estación Constitución de 1917, a pedir la participación de parejas padres de familia, nos identificamos como estudiante de la Universidad por medio de la Credencial para dar seguridad a las personas; se les platicó la forma de investigación, el objetivo y la importancia de su participación en el trabajo.

Como la población es de 8 parejas, se eligieron 4 de ellas de objeto de investigación más profunda, obteniéndose así el grupo experimental.

A éstas personas se les preguntó si poseían videocassetera en su hogar y si había la posibilidad de que la experimentación se llevara a cabo en el mismo, en caso de que aceptaran se ponía de acuerdo con las personas en cuánto a la fecha y hora de la cita; a éstas personas no se les aplicó pretest en ese momento, ya que se espera hasta el día de la experimentación, para aplicar ambos instrumentos, por cuestiones de control o de variables extrañas.

En caso de no aceptar se les aplicó el pretest y se indagó con los encuestados los días en que acostumbran viajar en el metro, ya que no se les mencionó que serían objeto de una nueva

aplicación del mismo instrumento, y por lo tanto se les buscó nuevamente para la segunda aplicación.

La segunda escala se aplicó después de cuatro días y hasta en una semana, ya que no se localiza a las personas.

## II. LA ESCALA

### 1) ¿QUE CALIFICA?

La escala contiene 42 reactivos, que califican 3 dimensiones generales, I) La opinión de familia en general, II) El tipo de familia liberal o moderna y III) El tipo familia tradicional.

Se debe aclarar que la escala mide en todas las dimensiones, la opinión favorable hacia cada una de ellas.

No se debe pensar que el estar más acorde a la opinión favorable a la familia liberal, por ejemplo, significa estar en desacuerdo con el tipo de familia tradicional, ya que cada dimensión mide la opinión favorable de forma independiente.

### 2) DIMENSIONES

#### A) Sobre la familia en general

- La primer dimensión consiste en la evaluación del tipo de familia en general.

La escala en éste sentido tiene un puntaje máximo de 210, un

En la escala existen reactivos positivos y negativos con respecto a la familia, los cuales se codifican de la siguiente

A1) Tipo de Reactivos

Con ellos de alguna manera se trata de estratificar los posibles puntajes obtenidos, ya que a la hora de dar un análisis de resultados, esto nos dará bases para poder realizarlos. aplicación de la escala.

predeterminados para los puntajes que se obtendrán en la Los rangos aquí descriptos se refieren a niveles

- actitud alta desfavorable 42 a 69
- actitud media desfavorable 70 a 100
- actitud baja desfavorable 100 a 126
- actitud baja favorable 126 a 150
- actitud media favorable 151 a 180
- actitud alta favorable 181 a 210

subdivisiones quedan así:

decir, positiva o negativamente con respecto a la familia, las son: un nivel bajo, medio y alto, en ambas direcciones, es - Entre los rangos descriptos hay subdivisiones importantes, que familia.

desfavorable y el 42 una actitud totalmente desfavorable a la familia; el 126 no refiere ninguna posición, ni favorable ni En la escala el 210 representa una actitud muy positiva a la

cuando no haya reactivos sin contestar). punto medio de 126 y un puntaje mínimo de 42, (siempre y

manera:

Para un ítem positivo la opción totalmente de acuerdo (TD) se codifica con un valor de 5 y sucesivamente hacia Totalmente desacuerdo (TDS) que obtendrá un número 1. Y al contrario para un reactivo negativo, la opción (TDS) será un 5 y para el (TD) un uno.

Se entiende que se dan estos valores para sumar los valores en orden acumulativo para que nos den un puntaje que referirá una opinión favorable o desfavorable a la familia.

## B) Sobre la familia Liberal o Moderna

Para la segunda Dimensión que corresponde a el tipo liberal o moderna de familia, se tienen reactivos específicos de la escala y que son los siguientes:

4, 5, 6, 7, 8, 14, 15, 19, 20, 23, 26, 28, 29, 33, 34, 36, 40 y 42.

De igual forma que la dimensión anterior se califica la opinión favorable a la opinión de familia en este caso moderna.

La codificación se lleva a cabo de la misma manera que la de familia en general, con las mismas condiciones y puntajes. De 5 a 1 para los reactivos positivos y de 1 a 5 para los reactivos negativos.

- El puntaje máximo para ésta dimensión es de 90, lo que refiere una opinión alta favorable a la familia liberal.

- El puntaje medio 54, y no refiere una posición. (ni favorable ni

desfavorable).

- El puntaje mínimo es de 18, lo que indica una opinión altamente desfavorable a la familia moderna.

Se obtienen los siguientes rangos:

- opinión alta favorable 79 a 90
- opinión media favorable 67 a 78
- opinión baja favorable 54 a 66
- opinión baja desfavorable 42 a 53
- opinión media desfavorable 30 a 41
- opinión alta desfavorable 18 a 29

### C) Sobre la familia tradicional

Por último como tercer Dimensión se considera a la opinión hacia la familia tradicional, en donde es importante aclarar que los reactivos tienen relación a los modos de vida y a las formas de pensar que anteriormente se tomaban en cuenta en las relaciones sociales.

Las afirmaciones surgen de una entrevista que se realiza en Mayo de 1994, como una actividad en el año de Investigación en la Licenciatura de Psicología, a la cual se estuvo adscrito.

Los reactivos en esta escala son: del 1 al 6, 8, 10, de la 13 al 18, 22, 23, 27, 29, 30, 31, y de la 33 a la 42.

La codificación es la misma que las dos anteriores, por lo tanto no consideramos conveniente repetirla.

Los puntajes que se obtiene son los siguientes:

- El puntaje máximo es de 150, lo que indica una alta opinión.

favorable a la familia tradicional.

- El puntaje medio y que no refiere opinión favorable ni desfavorable es de 90.
- El puntaje Mínimo es de 30, e implica una opinión altamente desfavorable a la familia tradicional.

El cuadro es el siguiente:

- opinión alta favorable	131 a 150
- opinión media favorable	111 a 130
- opinión baja favorable	90 a 110
- opinión baja desfavorable	70 a 89
- opinión media desfavorable	50 a 69
- opinión alta desfavorable	30 a 49

Los puntajes referidos y los rangos, servirán para hacer un análisis de los puntajes que se obtengan de la aplicación de la escala. A partir de ellos (los puntajes), y a partir de los rangos, se establecerá el nivel de opinión que se obtenga por parte de cada individuo y para cada dimensión.

Es importante aclarar que en las tres dimensiones lo que se quiere estudiar, es que si hay diferencia en la puntuación antes y después de ver el video sobre familia y establecer así las respuestas a las hipótesis de investigación, las cuales se muestran nuevamente para que se tengan presentes.

I) La Influencia de la televisión depende de la relación que se establece entre ella y el tele-espectador.

II) La Televisión no tiene la posibilidad de crear conceptos, sólo de modificarlos.

III) La Televisión sólo tiene la posibilidad de modificar las funciones y roles en la concepción de familia.

Y de alguna forma significativa se suma una más, referente a la posición del Conflicto Socio-Cognitivo y Perceptual y de la cual se establece la siguiente Hipótesis.

IV) La televisión causa influencia, ya sea manifiesta o latentemente.

Retomando a la escala que se utiliza en la investigación, ésta se obtiene, como ya mencionamos anteriormente de una entrevista, en donde indagamos sobre el concepto que se tiene de familia, en ese momento a las conclusiones a que llegamos, es que se tenían elementos para establecer a tres tipos de concepciones de familia (las que mencionamos anteriormente), pero también se destacan características de ellas y que de algún modo tratamos de representar en el segundo capítulo de éste trabajo. Así pues es que se obtiene la siguiente escala, en donde se puede corroborar lo que anteriormente hemos destacado, sobre todo, lo referente a las direcciones y las dimensiones que se califican en ella.

## ESCALA

EDAD: \_\_\_\_\_ # DE HIJOS: \_\_\_\_\_

DIRECCION: \_\_\_\_\_

CONTESTE LA OPCION QUE MAS SE ACERQUE A SU OPINION:

- (TD) TOTALMENTE DEACUERDO
- (D) DEACUERDO
- (I) INDECISO
- (DS) DESACUERDO
- (TDS) TOTALMENTE EN DESACUERDO

1. La familia en México es muy unida.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
2. Las grandes celebraciones se llevan a cabo en familia.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
3. La función del padre es mantener a la familia.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
4. La madre debe trabajar al igual que el padre.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
5. Debemos aceptar los hijos que Dios nos mande.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
6. Las labores del hogar son propias de la mujer.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
7. Comparto mis éxitos y fracasos con mi familia.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
8. Hablo de sexualidad con mis hijos.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
9. El matrimonio es la culminación del amor de adolescente.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
10. Estoy más a gusto con mis amigos(as) que con mi familia.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

11. La televisión la vemos en familia.  
 TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
12. En mi casa no comprenden mis problemas.  
 TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
13. Los hijos deben ser obedientes con los padres.  
 TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
14. El padre no debe realizar las labores domésticas.  
 TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
15. El casarse no significa que se vaya a ser feliz.  
 TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
16. Disfruto mucho al estar con mi esposa(o) y mis hijos.  
 TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
17. La obligación de los padres termina cuando sus hijos alcanzan la mayoría de edad.  
 TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
18. Prefiero ir a divertirme antes de estar con mi familia.  
 TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
19. Mis problemas los puedo resolver con el apoyo de mi familia.  
 TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
20. En mi familia se puede hablar de cualquier tema.  
 TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
21. El ser padre de familia lleva consigo muchas responsabilidades.  
 TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
22. La obligación de los hijos es estudiar y ayudar a sus padres mientras dependan de ellos.  
 TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
23. La religión lleva a la unión en la familia.  
 TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
24. La familia es la unidad básica de toda sociedad.  
 TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
25. En la familia obtenemos los valores sociales y morales.  
 TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

- 26.El respeto es uno de los vínculos de toda familia.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
- 27.Los valores morales ya no se respetan actualmente.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
- 28.La comunicación dentro de la familia es muy importante.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
- 29.La unión libre es una buena opción actualmente para evitarse de los compromisos que conlleva el matrimonio.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
- 30.La familia debe ser unida y respetuosa de las normas morales y sociales.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
- 31.El matrimonio es la base de la familia.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
- 32.La edad mínima permitida para poder casarse es de 16 años para el hombre y de 14 para la mujer.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
- 33.La obligación de los padres es organizar debidamente el hogar y ayudarse mutuamente.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
- 34.La mujer está obligada a vivir junto a su esposo.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
- 35.El marido tiene a su cargo, principalmente, el sostenimiento económico del hogar.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
- 36.La autoridad está en manos tanto del esposo como de la mujer.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
- 37.Los hijos deben respetar, querer y obedecer a sus padres.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
- 38.Los hijos no deben avergonzarse de sus padres, aunque sean pobres, inculcos y sencillos.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
- 39.A los padres hay que honrarlos por medio del buen comportamiento, dedicación en el estudio y amor al trabajo.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

40. Los hijos tienen el derecho de ser respetados.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

41. Los padres deben dar educación a sus hijos.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

42. Los hijos deben colaborar con los quehaceres hogareños.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

### III. APLICACION DEL INSTRUMENTO

En la aplicación del experimento no se tuvo contratiempos importantes, prácticamente, todo se llevó a cabo conforme a lo planeado, la única modificación consistió en que las personas del grupo experimental se reunieron a partir de que una pareja nos relacionaron con ellos, eran vecinos y amigos de la pareja, lo cual no considero que alteró los resultados de la investigación; Sin embargo, considero importante darlos a conocer para que lo tomen en cuenta a favor o en contra del trabajo, sobre todo en los resultados que se tenga de ella.

Cambiando un poco la dirección del comentario anterior, quisiera compartir algunas experiencias obtenidas en la aplicación del experimento; debido a que las personas se reunieron en una sola casa, se pudo obtener información extra a la escala, cosa que se tenía pensada, sin embargo, estaba condicionada a la participación de las personas involucradas, ya que si ellas no se interesaban, simplemente no se hubiera podido establecer tal charla.

En la aplicación hubo agrado por contestar a las escalas,

sin embargo, no se hicieron esperar las consideraciones por parte de las personas, de que la segunda escala era la misma que la anterior, a lo cual tuve que hacer referencia al termino de la aplicación, comentándoles que era para ver, si realmente había influencia de el video que les había presentado.

Ese momento fué idóneo para enterarlos de la investigación y del uso de su participación en la misma, lo cual les hizo sentirse bien, ya que mencionaron que esperaban que los datos y respuestas que habían dado fueran de utilidad, ofreciendome su apoyo, incluso en actividades posteriores, fueran o no, escolares, lo que particularment me deja satisfecho, ya que me habla de una buena relación con los participantes, y por lo tanto considerar sus respuestas lo más veraces posibles, cosa que no sucede a menudo en la investigación social, como ustedes mismos deben haber experimentado, sobre todo porque las personas contestan lo que piensan o consideran que uno quiere que le contesten, es un juego muy interesante, pero a la vez poco controlable en la investigación.

El siguiente Capítulo se refiere precisamente, a el análisis de resultados de la aplicación a ambos grupos de investigación, son las cuestiones estadísticas que dan soporte a las conclusiones de ésta investigación. Espero que sean útiles a ustedes igual que lo fueron para éste Investigador.

## CAPITULO CUATRO

### ANALISIS DE RESULTADOS

Este apartado corresponde al análisis de los resultados de la aplicación del experimento. De él se obtuvieron los elementos básicos para comenzar con una explicación teórica de los resultados.

Del análisis se obtendrán los datos necesarios para adentrarnos a lo que será la parte final de la investigación.

El apartado se esquetiza de la siguiente manera:

Aparecen tres cuadros sobre las puntuaciones totales de las tres dimensiones utilizadas sobre familia, en sus dos aplicaciones pre y post test.

Lo cuál sirve para establecer si existe diferencia estadísticamente significativa, sobre la actitud que se tiene de familia, antes y despues de ver un video referente a comerciales de televisión sobre la familia<sup>1</sup>(ésto para el grupo experimental).

Mientras que para el grupo control, se busca establecer si existe diferencia a lo largo de un periodo de tiempo; y al mismo

---

<sup>1</sup> En el Anexo Uno se establecen el tipo de comerciales que se utilizaron en el video, el cual ésta integrado por el tipo de producto; las personas que aparecen en el comercial; el tipo de Familia a la que se hace referencia y fecha y hora de grabación del comercial.

tiempo, y en la medida de lo posible establecer si existe diferencia entre los dos grupos de personas.

Pero, para dar inicio a tal trabajo es importante conocer, algunos datos sobre estadística descriptiva, que son importantes para el trabajo:

Nos referimos a: la media, máximas y mínimas puntuaciones, la desviación estándar, en fin, datos que nos den alguna idea sobre como están distribuidos los puntajes y respuestas de los sujetos de ambos grupos y en las tres dimensiones.

Comenzemos con la estadística descriptiva.

## I: DATOS DESCRIPTIVOS

	GRUPO CONTROL		GRUPO EXPERIMENTAL	
	PRE TEST	POST TEST	PRE TEST	POST TEST
MEDIA	158.2	162.8	158	157.5
DESVIACION	6.3	4.3	8.7	3.7
POBLACION	6	6	6	6

El cuadro nos presenta los datos más importantes que se pueden utilizar en cualquier análisis estadístico.

A continuación damos inicio al análisis de resultados, para cada grupo de investigación y en las tres dimensiones correspondientes.

## II: GRUPO CONTROL

A continuación se presentan las tablas de codificación y los puntajes que se obtienen de las escalas, en sus dos modalidades (Pretest y Postest), y en los dos grupos de investigación.

Para tener un control más específico, se propone manejar en un primer plano, todo lo concerniente a el grupo control, las tablas y pruebas estadísticas que de ellas se obtienen; Para que posteriormente se de paso a los resultados del grupo experimental, bajo las mismas condiciones que el anterior, para que por último se lleven a cabo las pruebas estadísticas de ambos grupos y se obtengan los resultados de la relación que exista entre ellos.

### 1) REFLEXIONES SOBRE LOS TIPOS DE

#### FAMILIA

##### A) EL PRETEST

El cuadro 1 que aparece en la siguiente hoja, nos muestra las respuestas de las personas del grupo control en la aplicación del pretest. El cuál contiene las respuestas de cada persona, en forma de código; posteriormente aparece un puntaje promedio de las respuesta que se hicieron; en la siguiente columna aparece el

TABLA 1

Individ.	I 1	I 2	I 3	I 4	I 5	I 6	PROM.	MAX.	MIN.
	5	2	4	4	4	5	4	5	2
	4	2	4	4	4	5	3.833	5	2
	5	2	4	4	4	4	4	5	2
	4	2	3	4	4	4	3.5	4	2
	1	5	1	2	2	1	2	5	1
	2	1	2	2	2	2	1.833	2	1
	4	5	4	4	4	4	4.166	5	4
	4	4	3	3	4	4	3.666	4	3
	4	2	2	2	2	1	2.166	4	1
	5	4	4	4	4	4	4.333	5	4
	4	3	3	4	4	4	3.333	4	2
	4	4	2	2	2	3	2.833	4	2
	4	4	5	4	4	4	4.166	5	4
	5	1	5	4	4	2	3.5	5	1
	5	1	2	4	2	2	2.666	5	1
	4	5	5	4	4	4	4.333	5	4
	4	4	5	4	4	4	3.833	5	2
	5	1	4	4	5	4	3.833	5	1
	5	5	5	4	4	4	4.666	5	4
	2	4	4	4	4	4	3.666	4	2
	4	5	5	4	4	4	4.5	5	4
	4	5	5	4	4	4	4.666	5	4
	4	4	2	4	4	2	3.5	5	2
	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	5	5	4	4	4	4	4.333	5	4
	4	5	5	4	5	5	4.666	5	4
	3	2	2	2	2	5	2.666	5	2
	5	5	5	4	4	4	4.5	5	4
	2	4	5	4	2	5	3.5	5	2
	4	4	4	4	4	5	4.166	5	4
	4	4	2	4	4	4	3.833	5	2
	2	2	1	2	2	2	1.833	2	1
	4	5	4	4	5	3	4.166	5	3
	2	5	2	5	4	4	3.666	5	2
	5	4	4	4	5	2	3.666	5	2
	4	4	5	5	4	1	4	5	1
	4	4	5	4	4	4	4	5	3
	5	4	5	5	4	3	4	5	3
	4	5	5	5	4	4	4.666	5	4
	4	5	5	4	5	5	4.666	5	4
	5	5	1	4	5	4	4	5	1
<b>TOTAL</b>	169	154	156	159	161	151	158.3	169	151

puntaje máximo que se obtuvo en cada respuesta y por último el puntaje mínimo de las mismas.

En la parte baja de la tabla aparecen los puntajes totales de cada persona, lo que nos refleja la actitud u opinión que se tiene hacia la familia, recordemos que se establecieron en el capítulo anterior algunos rangos de puntaje que son:

- Actitud alta favorable 181 a 210
- Actitud media favorable 151 a 180
- Actitud baja favorable 126 a 150
- Actitud baja desfavorable 100 a 126
- Actitud media desfavorable 70 a 100
- Actitud alta desfavorable 42 a 69

Lo que nos permite realizar las siguientes reflexiones acerca de los puntajes que se obtuvieron: (TABLA 1)

Los puntajes totales son los siguientes:

#### PUNTAJES PRE-TEST FAMILIA EN GENERAL

IND.1 - 169	IND. 4 - 159
IND.2 - 154	IND. 5 - 161
IND.3 - 156	IND. 6 - 151

**Resultado:** Como se puede observar en todos los casos, la actitud es medianamente favorable a la familia.

**CONCLUSION 1:** Lo que nos habla de la persistencia de ésta en la sociedad, se sigue viviendo con las normas sociales y morales que la familia nos provee, quizá sea este uno de los puntos que han permitido que en México, los problemas sociales no hayan aumentado de gran manera, siempre que hay desestabilidad se recurre a los principios para conseguir sobreponerse a tales adversidades.

Los problemas sociales como la Drogadicción, el Alcoholismo, el bandalismo, etc. encuentran una respuesta en la familia, hablando positiva y negativamente, se tiene que si la familia es unida y respetuosa de los principios al interior, es menos posible que algunos de los problemas sociales que anteriormente hemos mencionado se presenten. Sobre todo, por que al tener confianza con la familia es más fácil hablar de las cosas y darles solución, pero, si hay problemas de comunicación y de respeto al interior es muy probable que los problemas surjan y se desarrollen con mucha facilidad.

Hasta este momento he hecho referencia solamente a el concepto de familia en general en el grupo control y para continuar en ese plano continuamos con los resultados de la escala de aplicación posttest.

## B) EL POST-TEST

En Resumen de las tablas encontramos los siguientes datos importantes para el análisis Estadístico:

TABLA DE PUNTAJES PRE Y POST - TEST, FAMILIA EN GENERAL

POST	PRE	POST	PRE
1 - 169	(169)	4 - 166	(159)
2 - 158	(154)	5 - 162	(161)
3 - 158	(156)	6 - 154	(151)

TABLA 2

Individ	I 1	I 2	I 3	I 4	I 5	I.6	PROM.	MAX.	MIN.
	4	2	4	4	4	5	3.833	5	2
	4	3	5	5	5	4	4.333	5	3
	5	2	4	4	4	5	4	5	2
	4	4	3	4	4	4	3.833	4	3
	1	5	2	2	3	1	2.333	5	1
	2	1	2	2	2	2	1.833	2	1
	4	5	4	4	4	5	4.333	5	4
	3	4	3	3	3	4	3.333	4	3
	4	4	2	2	2	1	2.5	4	1
	5	4	4	4	4	5	4.333	5	4
	4	3	3	4	4	2	3.333	4	2
	4	5	2	2	2	3	3	5	2
	5	4	5	4	3	4	4.166	5	3
	4	1	5	5	4	2	3.5	5	1
	5	2	2	4	2	2	2.833	5	2
	4	5	5	4	4	4	4.333	5	4
	4	4	4	5	5	2	4	5	2
	4	1	4	4	5	4	3.666	5	1
	5	4	5	5	4	5	4.666	5	4
	2	5	4	4	5	4	4	5	2
	4	5	5	4	4	5	4.5	5	4
	4	4	5	5	5	4	4.5	5	4
	5	5	2	4	4	3	3.833	5	2
	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	5	4	4	4	5	4	4.333	5	4
	4	5	4	5	5	5	4.666	5	4
	3	2	2	2	2	5	2.666	5	2
	5	5	5	4	4	4	4.5	5	4
	2	3	5	5	2	5	3.666	5	2
	4	5	4	4	4	5	4.333	5	4
	4	4	3	4	4	4	3.833	4	3
	3	2	2	2	2	2	2.166	3	2
	4	5	4	4	5	3	4.166	5	3
	4	5	2	5	4	4	4	5	2
	5	2	4	4	5	2	3.666	5	2
	4	4	5	5	4	2	4.166	5	2
	4	3	5	4	4	4	4	5	3
	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	4	4	5	4	4	3	4	5	3
	5	4	5	5	4	4	4.5	5	4
	4	5	5	4	5	5	4.666	5	4
	5	5	1	4	5	4	4	5	1
<b>TOTAL</b>	169	158	158	166	163	154	161.3	169	154

Como podemos observar se han establecido los puntajes de ambas escalas para el grupo control, se puede apreciar que practicamente en todos los casos (excepto el primero) hay un aumento en los puntajes totales, sin embargo no son suficientes para alcanzar el siguiente nivel de actitud.

Para saber si verdaderamente hay un aumento significativo en los puntajes, se procede a realizar algunas pruebas estadísticas, que servirán para establecer algunos datos importantes para las conclusiones de éste trabajo.

## C) PRUEBA ESTADISTICA

### 1) PRUEBA DE SUMA DE RANGOS O PRUEBA DEL SIGNO

Esta es una prueba estadística no-paramétrica, se le llama así debido a que el número de sujetos es menor a 30, por ser un diseño Pre-Experimental y por no tener control de una variable. Por lo tanto se utiliza ésta estadística.

Para esta prueba se utilizan las siguientes Variables:

**Variable Dependiente:** Actitud hacia la familia

**Variable Independiente:** Un determinado lapso de tiempo

**Objetivo de la Prueba:** Comparar los puntajes

**Nivel de Medición utilizado:** Calificaciones

**Nivel de Significancia:** .05

**DATOS, O CUADRO PARA LA ESTADISTICA PRUEBA DEL SIGNO**

INDIVIDUO	PRE-TEST	POST-TEST	SIGNO
1	169	169	(0)
2	154	158	(+)
3	156	150	(+)
4	159	106	(+)
5	161	163	(+)
6	151	151	(+)

**HIPOTESIS DE INVESTIGACION:**

$H_0$ : No existen diferencias estadísticamente significativas en el puntaje antes y después de un periodo de tiempo.

$H_a$ : Si existen diferencias estadísticamente significativas en el puntaje antes y después de un periodo de tiempo.

Se establecen los signos (+) , (-) y (0) de la tabla.

Signos (+) = 5

Signos (-) = 0

Signos (0) = 1

**Lógica de la Estadística:**

$R_0 \leq R_t \rightarrow H_0$  Se Rechaza

$N = 6$

$R_t .05, 5 a.l. = 0$

$R_0 (+) - (-) = 5$

Como  $5 \geq 0 \rightarrow H_0$  Se Acepta

**CONCLUSION:** No existen diferencias Estadísticamente Significativas en la puntuación antes y después de un periodo de tiempo.

## 2) SOBRE LA FAMILIA LIBERAL Y

### TRADICIONAL

En la Tablas 3 y 4 aparecen los datos de la escala de Pre Test y Post test en cuanto a la familia Moderna, en ellas se puede ver, que como en la escala anterior que no hay diferencias muy notables en los puntajes incluso tienden a bajar los puntajes, sin embargo esto no nos da bases para hacer una interpretación estadística importante, en todo caso se encontrará en el análisis teórico y ahí se dará respuesta del porqué de la no significancia estadística.

TABLA 3. PRE-TEST, FAMILIA LIBERAL, (CONTROL).

IND.	I.1	I.2	I.3	I.4	I.5	I.6	PROM.	MAX	MIN
1	3	4	4	4	4	4	3.83	4	3
2	1	4	5	5	4	1	3.33	5	1
3	4	4	5	4	4	4	4.16	5	4
4	4	5	5	4	4	5	4.5	5	4
5	4	4	4	3	3	5	3.83	5	3
6	5	5	5	5	4	1	4.16	5	1
7	4	4	4	4	2	5	3.83	5	2
8	5	5	4	4	4	5	4.5	5	4
9	4	4	4	4	4	5	4.16	5	4
10	2	4	4	3	2	2	2.83	4	2
11	5	4	4	5	4	4	4.33	5	4
12	5	4	4	4	4	4	4.16	5	4
13	3	2	4	1	2	4	2.66	4	1
14	5	4	5	5	4	4	4.5	5	4
15	5	2	2	4	2	2	2.83	5	2
16	5	1	4	4	4	4	3.66	5	1
17	5	4	4	5	4	5	4.5	5	4
18	5	4	5	5	4	5	4.66	5	4
TOT	74	68	76	73	63	69	70.5	76	63

### ESCALA 3

Inds.	I 1	I 2	I 3	I 4	I 5	I 6	PROM.	MAX.	MIN.
	3	4	4	4	4	4	3.833	4	3
	1	4	5	5	4	1	3.333	5	1
	4	4	5	4	4	4	4.166	5	4
	4	5	5	4	4	5	4.5	5	4
	4	4	4	3	3	5	3.833	5	3
	5	5	5	5	4	1	4.166	5	1
	4	4	4	4	2	5	3.833	5	2
	5	5	4	4	4	5	4.5	5	4
	4	4	4	4	4	5	4.166	5	4
	2	4	4	3	2	2	2.833	4	2
	5	4	4	5	4	4	4.333	5	4
	5	4	4	4	4	4	4.166	5	4
	3	2	4	1	2	4	2.666	4	1
	5	4	5	5	4	4	4.5	5	4
	5	2	2	4	2	2	2.833	5	2
	5	1	4	4	4	4	3.666	5	1
	5	4	4	5	4	5	4.5	5	4
	5	4	5	5	4	5	4.666	5	4
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>68</b>	<b>76</b>	<b>73</b>	<b>63</b>	<b>69</b>	<b>70.5</b>	<b>76</b>	<b>63</b>

### ESCALA 4

Inds.	I 1	I 2	I 3	I 4	I 5	I 6	PROM.	MAX.	MIN.
	3	4	4	3	4	2	3.333	4	2
	5	5	4	5	4	1	4	5	1
	5	5	4	4	4	5	4.5	5	4
	4	4	4	4	4	5	4.166	5	4
	4	4	4	3	3	4	3.666	4	3
	5	2	4	5	4	1	3.5	5	1
	1	4	4	2	2	5	3	5	1
	5	5	4	5	4	5	4.666	5	4
	2	5	4	4	4	5	4	5	2
	2	4	2	4	2	1	2.5	4	1
	4	5	5	5	4	5	4.666	5	4
	5	5	4	5	4	5	4.666	5	4
	4	1	4	1	2	5	2.833	5	1
	4	4	5	5	4	5	4.5	5	4
	5	2	2	4	2	1	2.666	5	1
	5	1	4	5	4	4	3.833	5	1
	5	4	4	5	4	5	4.5	5	4
	5	4	5	1	4	5	4	5	1
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>68</b>	<b>71</b>	<b>70</b>	<b>63</b>	<b>69</b>	<b>69</b>	<b>73</b>	<b>63</b>

Para el Post-Test, en algunos casos el puntaje baja, pero y en otros se mantiene el puntaje, lo que nos habla que la fluctuación es mínima, en todo caso la diferencia no es significativa.

Para la Concepción de Familia Tradicional se utilizan las tablas 5 y 6.

Los puntajes establecidos son los siguientes sobre la familia tradicional.

- opinión alta favorable 101 a 150
- opinión media favorable 111 a 130
- opinión baja favorable 90 a 110
- opinión baja desfavorable 70 a 89
- opinión media desfavorable 50 a 59
- opinión alta desfavorable 30 a 49

De la aplicación de la escala se obtienen los siguiente puntajes:

TABLA DE PUNTAJES SOBRE LA FAMILIA TRADICIONAL

1	110	114	(+)
2	108	102	(-)
3	105	110	(+)
4	104	103	(-)
5	105	107	(+)
6	105	104	(-)

Los puntajes aquí son más bien con tendencia a la baja opinión favorable a la familia tradicional, sin embargo sigue siendo favorable, y en el Post-Test los puntajes se elevan.

Se realizan algunas pruebas y ésto es lo que se obtiene.

Tal y como en la escala de familia hacemos la Prueba de los Signos, con las mismas indicaciones y variables, así es que procedemos a realizar el análisis estadístico correspondiente a la concepción de familia Tradicional.

Signos (+) = 3

Signos (-) = 3

Signos (0) = 0

$$R_0 = 3 - 3 = 0$$

$$R_e = 0$$

Como  $0 \leq 0 \rightarrow H_0$  Se Rechaza y se Acepta  $H_a$ .

**CONCLUSION:** Si existen diferencia estadísticamente significativas en el puntaje después de un periodo de tiempo a un nivel de significancia de .05.

Esto me permite decir que aún en la ausencia de comerciales, los valores sociales y morales tradicionales persisten, sobre todo después de una época en que la familia se reúne para compartir y festejar, en este caso una actividad religiosa y el fin de año.

Quizá sea importante destacar ésta variable como una variable extraña, que intervino en las respuestas de los sujetos, ya que la aplicación se lleva a cabo el día 25 de Diciembre y el día 3 de Enero; cuestión que nos puede hablar del aumento en el puntaje.

Sin embargo, para el grupo Experimental la situación es diferente, ya que la aplicación se lleva a cabo el día 9 de Enero, semana y media después de las celebraciones, tratando de





### III: GRUPO EXPERIMENTAL

Esta sección del capítulo la realizaremos de igual forma que hicimos el análisis anterior del Grupo Control, aparecen en las siguientes hojas, las tablas de codificación y puntajes totales de los sujetos, en las dos aplicaciones de la escala, como ya vimos, nos sirve para indagar sobre las diferencias que existen entre ellas, ya que a partir de conocer de que ambas son las mismas se pueden realizar pruebas estadísticas para comprobar las hipótesis de Investigación que son las siguientes: (TABLAS 7,8,9,10,11, Y 12)

**HIPOTESIS NULA:** No existen diferencias Estadísticamente Significativas en el puntaje de una escala, con respecto a la actitud de familia antes y después de ver un Video Cassete con comerciales televisivos referentes a la familia.

**HIPOTESIS ALTERNA O HIPOTESIS DEL INVESTIGADOR:** Si existen diferencias Estadísticamente Significativas en el puntaje de una escala, con respecto a la actitud de familia antes y después de ver un Video Cassete con comerciales televisivos referentes a la familia.

TABLA 7

I 1	I 2	I 3	I 4	I 5	I 6	MAX	MIN	PROD	Inds.
4	4	5	4	4	1	5	1	3.666	
4	5	4	4	4	2	5	2	3.833	
5	4	5	5	4	1	5	1	4	
3	4	4	4	4	2	4	2	3.5	
5	2	1	1	2	5	5	1	2.666	
2	2	1	2	2	2	2	1	1.833	
4	5	5	4	4	5	5	4	4.5	
4	4	4	3	3	5	5	3	3.833	
4	1	3	1	2	2	4	1	2.166	
5	4	5	4	4	4	5	4	4.333	
4	4	4	3	4	4	4	2	3.5	
2	5	4	4	4	1	5	1	3.333	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	4	1	5	1	4.166	
2	2	2	2	4	1	4	1	2.166	
5	1	5	5	4	4	5	1	4	
5	4	5	4	4	4	5	4	4.5	
5	5	5	5	4	4	5	4	4.8	
5	5	4	4	4	4	5	4	4.5	
4	4	4	4	4	4	5	4	4.166	
4	4	4	4	5	4	5	4	4.333	
4	4	4	4	4	4	4	3	3.833	
4	2	2	3	4	4	4	2	3.166	
4	4	4	4	4	4	4	3	3.833	
4	4	4	5	4	4	5	4	4.166	
5	4	4	5	4	4	5	4	4.333	
2	2	4	3	2	2	4	2	2.5	
5	4	4	4	4	4	5	4	4.166	
3	4	2	5	4	2	5	2	3.333	
4	4	4	3	4	4	4	3	3.833	
4	4	5	3	4	4	5	3	4	
1	2	2	3	2	1	3	1	1.833	
5	4	5	5	4	4	5	4	4.5	
1	4	4	2	4	4	4	1	3.166	
4	2	4	4	4	4	4	2	3.666	
5	1	4	4	4	4	5	1	3.666	
5	4	4	5	4	5	5	4	4.5	
5	5	5	5	4	5	5	4	4.833	
5	4	4	5	4	5	5	4	4.5	
5	4	4	5	4	5	5	4	4.5	
5	5	5	5	4	4	5	4	4.666	
5	4	5	5	4	5	5	4	4.666	
170	153	166	159	157	143			158	TOTAL

P

TABLA 8

I 1	I 2	I 3	I 4	I 5	I 6	MAX	MIN	PROU.	INOS.
4	4	4	4	4	2	4	2	3.666	
4	5	4	4	4	2	5	2	3.833	
5	4	4	4	4	2	5	2	3.833	
3	4	4	3	4	2	4	2	3.333	
1	1	2	1	2	5	5	1	2	
1	1	2	2	2	1	2	1	1.5	
4	4	4	4	4	5	5	4	4.166	
4	4	4	3	3	4	4	3	3.666	
4	1	2	2	2	2	4	1	2.166	
5	5	4	4	4	4	5	4	4.333	
4	2	4	3	4	2	4	2	3.166	
4	4	2	2	2	4	4	2	3	
4	4	4	5	4	4	5	4	4.166	
5	2	4	5	4	1	5	1	3.5	
5	2	2	2	4	1	5	1	2.666	
5	4	4	5	4	5	5	4	4.5	
5	2	4	5	4	4	5	2	4	
5	4	5	4	4	1	5	1	3.833	
5	5	4	5	4	5	5	4	4.666	
2	5	4	4	4	5	5	2	4	
4	5	4	5	4	5	5	4	4.5	
5	4	4	5	4	5	5	4	4.5	
4	2	4	2	4	5	5	2	3.5	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	5	5	4	4.166	
4	5	5	5	4	5	5	4	4.666	
2	5	2	2	2	2	5	2	2.5	
5	5	4	5	4	5	5	4	4.666	
2	5	2	5	4	1	5	1	3.166	
4	5	4	4	4	4	5	4	4.166	
4	4	5	2	4	5	5	2	4	
1	2	2	1	2	2	2	1	1.666	
4	4	5	5	4	5	5	4	4.5	
1	4	4	2	4	5	5	1	3.333	
5	2	4	4	4	2	5	2	3.5	
5	1	4	5	4	4	5	1	3.833	
4	4	4	5	4	5	5	4	4.333	
5	5	5	5	4	5	5	4	4.833	
4	4	4	5	4	5	5	4	4.333	
5	4	4	5	4	5	5	4	4.5	
5	5	5	5	4	5	5	4	4.833	
5	4	5	1	4	5	5	1	4	
165	154	159	157	155	155	165	154	157.5	TOTAL

TABLA 9

	3	4	2	4	5	5	3.833	5	2
	2	3	1	5	5	2	3	5	1
	4	4	5	4	4	4	4.166	5	4
	5	5	5	3	4	5	4.5	5	3
	5	4	4	3	3	5	4	5	3
	3	3	3	2	4	5	3.833	5	2
	5	5	5	4	5	1	4.166	5	1
	4	4	4	4	4	5	4.166	5	4
	3	5	5	3	1	2	3.166	5	1
	5	4	4	4	4	4	4.166	5	4
	5	5	4	4	4	3	4.166	5	3
	4	2	4	1	2	4	2.833	4	1
	5	4	5	5	4	4	4.5	5	4
	5	2	2	4	2	2	2.833	5	2
	4	1	4	4	4	4	3.5	4	1
	5	5	4	5	5	5	4.833	5	4
	5	4	5	5	4	4	4.5	5	4
	4	5	4	5	3	5	4.333	5	3
	72	64	66	64	64	64	65.66	72	64

TABLA 10

	4	4	2	5	5	5	4.166	5	2
	3	3	1	4	4	2	2.833	4	1
	4	4	5	4	5	4	4.333	5	4
	5	5	5	3	4	5	4.5	5	3
	4	4	4	3	3	5	3.833	5	3
	4	5	3	4	4	5	4.166	5	3
	5	5	5	4	5	1	4.166	5	1
	4	4	4	4	4	5	4.166	5	4
	3	4	5	3	2	3	3.333	5	2
	5	4	4	4	4	5	4.333	5	4
	5	5	4	4	4	3	4.166	5	3
	4	3	4	1	2	4	3	4	1
	5	4	5	4	4	4	4.333	5	4
	4	1	2	5	2	2	2.666	5	1
	4	2	4	4	4	4	3.666	4	2
	4	5	4	5	5	4	4.5	5	4
	5	4	5	4	4	4	4.333	5	4
	4	5	4	5	3	5	4.333	5	3
	72	66	66	65	65	65	66.5	72	65

TABLA 11

IUDS.	I1	I2	I3	I4	I5	I6	PROB.	MAX	MIN
	1	4	5	4	4	1	3.166	5	1
	2	4	4	5	5	2	3.666	5	2
	1	4	5	4	4	1	3.166	5	1
	4	2	2	2	2	4	2.666	4	2
	5	2	1	2	2	5	2.833	5	1
	4	2	1	2	2	4	2.5	4	1
	1	3	2	2	2	3	2.166	3	1
	4	4	5	4	5	4	4.333	5	4
	3	4	4	4	4	4	3.833	4	3
	5	2	1	1	1	1	1.833	5	1
	1	4	2	2	2	2	2.166	4	1
	4	4	5	1	5	5	4	5	1
	5	4	5	4	4	4	4.333	5	4
	5	4	5	5	5	1	4.166	5	1
	3	4	4	4	4	2	3.5	4	2
	4	4	2	2	4	1	2.833	4	1
	2	2	4	2	2	5	2.833	5	2
	2	4	2	4	4	5	3.5	5	2
	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	4	4	5	4	4	3	4	5	3
	4	4	5	4	4	2	3.833	5	2
	4	4	4	1	1	4	3	4	1
	4	4	4	4	4	2	3.666	4	2
	2	2	2	5	5	2	3	5	2
	5	4	4	4	4	4	4.166	5	4
	5	4	5	5	5	5	4.833	5	4
	5	4	4	4	4	4	4.166	5	4
	5	4	4	4	4	4	4.166	5	4
	4	4	5	5	5	5	4.666	5	4
	5	4	5	4	4	5	4.5	5	4
<b>TOTAL</b>	107	107	110	102	119	98	107.1	119	98

I NDS	I 1	I 2	I 3	I 4	I 5	I 6	PRON	MAX	MIN
	2	3	4	4	5	1	6.774	5	1
	2	4	4	5	5	3	6.933	5	2
	1	4	5	5	4	1	7.103	5	1
	4	2	2	2	2	4	7.321	4	2
	5	3	1	2	3	5	7.444	5	1
	4	2	2	2	2	4	7.538	4	2
	1	3	2	2	2	3	7.68	3	1
	4	4	5	4	5	4	7.958	5	4
	3	4	4	4	4	4	8.130	4	3
	4	2	1	2	1	1	8.363	4	1
	1	4	2	2	2	2	8.571	4	1
	4	4	5	1	5	4	8.95	5	1
	5	5	5	4	4	4	9.210	5	4
	5	4	4	5	5	1	9.444	5	1
	3	4	4	4	4	2	9.705	4	2
	4	4	2	2	5	2	10.12	5	2
	2	3	4	2	2	5	10.53	5	2
	2	4	2	4	5	5	11.14	5	2
	4	4	4	3	4	4	11.84	4	3
	4	4	5	4	4	3	12.5	5	3
	4	4	4	4	4	2	13.27	4	2
	4	4	4	1	1	4	14.2	4	1
	4	4	4	4	4	2	15.33	4	2
	2	2	2	5	4	2	16.75	5	2
	5	4	4	4	4	4	18.85	5	4
	4	5	5	5	5	5	21.16	5	4
	4	4	4	4	4	4	24.6	4	4
	5	4	4	5	4	4	29.75	5	4
	4	4	5	5	4	4	38	5	4
	5	4	5	4	4	5	55	5	4
<b>TOTAL</b>	105	110	108	104	111	98	105	111	98

Ya planteadas las hipótesis sólo falta establecer las variables y elementos de los análisis estadísticos que se realizarán a los datos obtenidos de las escalas.

**VARIABLE INDEPENDIENTE:** Presentación del Video Sobre Familia

**VARIABLE DEPENDIENTE:** Actitud hacia la familia o la concepción de familia.

**OBJETIVO DE LA INVESTIGACION:** Comparar los puntajes obtenidos

**NIVEL DE MEDICION:** Calificaciones

**DISEÑO:** Experimental

En este momento se procede a realizar algunas pruebas estadísticas para comprobar si existen diferencias significativas en los puntajes de ambas escalas.

## 1) PRUEBAS ESTADISTICAS

A) A la primer prueba ya la conocemos, es la prueba de los Signos, que se utilizó anteriormente en el análisis del grupo Control; Se presenta entonces la tabla de los puntajes de las escalas:

**PUNTAJES OBTENIDOS, FAMILIA EN GENERAL**

INDIVIDUO	PRE TEST	POST TEST	SIGNO
1	170	165	(-)
2	153	154	(+)
3	166	159	(-)
4	159	157	(-)
5	157	155	(-)
6	143	155	(+)

Signos (+)= 2

Signos (-)= 4

Signos (0)= 0

$$R_o = 2 - 4 = -2 \quad R_{t, los, s, ai} = 0$$

Logica: Si  $R_o \leq R_t \rightarrow H_o$  Se Rechaza

Como  $-2 \leq 0 \rightarrow H_o$  Se Acepta

**CONCLUSION:** No existen diferencias Estadísticamente Significativas en el puntaje de una escala, con respecto a la actitud de familia antes y después de ver un Video Cassete con comerciales televisivos referentes a la familia.

Sin embargo la diferencia es Negativa ya que los Puntajes Disminuyen en 4 de los 6 casos, es importante destacar que la prueba que se utiliza es para un Diseño Pre-Experimental y por lo tanto es mejor realizar otra u otras pruebas para poder hacer conclusiones válidas, es por eso quiero esperar a ver los resultados de las otras pruebas y obtener una conclusión general.

B) La siguiente Estadística se llama Prueba de Significación Para un Diseño Comparativo con datos de Frecuencia, muy utilizado en las Ciencias Sociales y específicamente en la Psicología Social, ya que permite tener un control de variables y de frecuencias, por lo general se utilizan en escalas tipo Likert y de Opinión como ésta.

Las Hipótesis siguen siendo las mismas:

**HIPOTESIS NULA:** No existen diferencias Estadísticamente

Significativas en el puntaje de una escala, con respecto a la actitud de familia antes y después de ver un Video Cassete con comerciales televisivos referentes a la familia.

**HIPOTESIS ALTERNA O HIPOTESIS DEL INVESTIGADOR:** Si existen diferencias Estadísticamente Significativas en el puntaje de una escala, con respecto a la actitud de familia antes y después de ver un Video Cassete con comerciales televisivos referentes a la familia.

Son también las mismas variables, por lo tanto se procede a realizar la estadística.

ESTADISTICA: 
$$\chi^2 = \sum \frac{(F_o - F_e)^2}{F_e}$$

$\alpha = .05$                       Grados de Libertad= 2 - 1 = 1

$\chi^2_{tablas, .05, 1} = 3.84$                       Media: 158

LOGICA: Si  $\chi^2 > \chi^2_{tablas} \rightarrow H_0$  Se Rechaza

TABLA DE PUNTAJES PARA LA PRUEBA DEL SIGNO

INDIVIDUO	PRE TEST	POST TEST	SIGNO
1	170	165	(-)
2	153	154	(+)
3	166	159	(-)
4	159	157	(-)
5	157	155	(-)
6	143	155	(+)

$$\chi^2 = \frac{(170 - 158)^2 + (165 - 158)^2}{158}$$

Se hacen los Cálculos y se obtiene:

$$\chi^2 = 1.22 \qquad \chi^2_{\text{tablas}} = 3.84$$

Como  $\chi^2 (= 1.22) \leq \chi^2_{\text{tablas}} = 3.84 \rightarrow$  No se Acepta

**CONCLUSION:** No existen diferencias Estadísticamente Significativas en el puntaje de una escala, con respecto a la actitud de familia antes y después de ver un Video Cassete con comerciales televisivos referentes a la familia.

C) La tercer Estadística Utilizada se denomina Suma de Rangos, que utiliza el principio de la Curva o de la Distribución normal la única condición pra utilizar la suma de Rangos es que se debe contar con el mismo número de sujetos en los dos grupos.

El tipo de escala es nominal y se procede haciendo un rango de puntaje, al valor más grande o más pequeño se le pone el uno y la numeración se sigue ascendente o descendentemente según el caso, en los puntajes que se repiten se coloca el promedio de los numeros, es decir, si hay tres cifras iguales por ejemplo el 103 y los números que les corresponde es el 1, 2, y 3, entonces se coloca a los tres el número uno, el siguiente puntaje le correspondera el 4. a menos que se repita el número, ya que entonces se procederá de la misma manera que la anterior.

En este caso los datos son los siguientes:

**HIPOTESIS NULA:** No existen diferencias Estadísticamente Significativas en el puntaje de una escala, con respecto a la actitud de familia antes y después de ver un Video Cassete con comerciales televisivos referentes a la familia.

**HIPOTESIS ALTERNA O HIPOTESIS DEL INVESTIGADOR:** Si existen diferencias Estadísticamente Significativas en el puntaje de una escala, con respecto a la actitud de familia antes y después de ver un Video Cassete con comerciales televisivos referentes a la familia.

**VARIABLE INDEPENDIENTE:** Presentación del Video Sobre Familia

**VARIABLE DEPENDIENTE:** Actitud hacia la familia o la concepción de familia.

**OBJETIVO DE LA INVESTIGACION:** Comparar los puntajes obtenidos

$$\text{ESTADISTICA: } Z = \frac{2T1 - n_1 (N + 1)}{\sqrt{\frac{n_1 n_2 (N + 1)}{3}}}$$

Donde T1 = Suma de Ordinales y

$n_1$  = Número de sujetos de esa T1

Z tablas, .05 = ± 1.96       $\alpha = .05$

Como se ve, el resultado de la Estadística será positivo y negativo, ya que en la fórmula aparece una raíz cuadrada, pero sobre todo retomando el supuesto se que la distribución, de los datos se da normalmente<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Vease, libros de Estadística.

TABLA DE PUNTAJES PARA LA PRUEBA Z

SUJETO	PRE TEST	NUMERO	POST TEST	NUMERO
1	170	1	155	3
2	153	11	154	10
3	166	2	159	4.5
4	159	4.5	157	6.5
5	157	6.5	155	8.5
6	143	12	155	8.5
TOTALES	948	31	945	41

$$Z = \frac{2(41) - 6(13)}{\sqrt{\frac{(6)(6)(13)}{3}}}$$

$$Z = \frac{82 - 78}{\sqrt{156}}$$

$$Z = \pm 0.32$$

LOGICA: (+) Si  $Z \geq Z_{tablas}$ , .05  $\rightarrow$  Ho Se rechaza

(-) Si  $Z \leq Z_{tablas}$ , .05  $\rightarrow$  Ho Se rechaza

Como  $+ 0.32 \leq + 1.96 \rightarrow$  Ho se Acepta

**CONCLUSION:** No existen diferencias Estadísticamente Significativas en el puntaje de una escala, con respecto a la actitud de familia antes y después de ver un Video Cassete con comerciales televisivos referentes a la familia.

#### IV. CONCLUSIONES FINALES

Como se ha podido ver en todos los análisis no existe diferencia significativa.

En ninguno de los casos, se comprueba sobre manera que no existen diferencias en los puntajes de ambos grupos, se han revisado aquí algunas y otras tantas no aparecen, ya que el resultado es el mismo, las mismas estadísticas se han desarrollado para las tres escalas, en todas no se encontró significancia estadística, y desde este punto de vista concluimos que quizá hizo falta más población, o la actitud es de por sí favorable que no puede tener una mayor puntuación.

Estos son los resultados estadísticamente obtenidos de la experimentación, de lo que se puede concluir que:

- La opinión sobre Familia en general es favorable; ya que como se pudo observar, todos los puntajes, de las tres dimensiones, reportan del pre-test un puntaje medio alto, por lo tanto, el aumento no es tan significativo, pero se da una elevación en la mayoría de los casos.

- El aumento no es significativo estadísticamente y las pruebas estadísticas así los reportan, pero la explicación puede estar en lo teórico o cualitativo, y no tanto en lo cuantitativo.

Por lo tanto; el trabajo final se ha dividido en dos, el que ya se ha reportado como análisis de resultados estadísticos simplemente, y de los cuales ya se dieron las conclusiones, y la siguiente que consiste en rescatar lo más importante de tales

resultados, darles una explicación psicosocial, apoyados obviamente por las teorías que hemos desarrollado en el primer Capítulo de éste trabajo.

Así que damos inicio a la parte fundamental del trabajo de investigación, el Análisis Teórico y las Conclusiones finales. Espero sean de su interés.

## CAPITULO CINCO

### ANALISIS TEORICO Y CONCLUSIONES

A partir del trabajo realizado hasta el momento, se han obtenido algunas conclusiones estadísticas importantes, en las que nos reportan la no diferenciación Estadística significativa en la puntuación de Pre y Post Test de una escala.

Tanto en el Grupo Control como en el Grupo Experimental, no se obtienen datos suficientes para determinar si existe influencia de la televisión, sobre todo en el Grupo Experimental, en donde a pesar de haberles presentado los comerciales sobre familia; su variación no es lo suficiente para considerar una influencia.

Sin embargo cualitativamente se notan cambios, ya que en algunos casos se eleva el puntaje, en otros disminuye, sin embargo, en ambos casos no lo es suficiente para considerarse significativo, estadísticamente hablando.

Para dar respuesta a las preguntas e Hipótesis planteadas al inicio de este trabajo, se procede a dar las reflexiones finales.

A partir de las hipótesis planteadas al inicio de éste trabajo, y de los resultados, se establece que entran en juego dos procesos generales importantes que se desarrollan a partir de

un conflicto<sup>4</sup>.

Se considera que uno de ellos es el Conflicto perceptual, que se establece en el momento en que el individuo percibe una amenaza a sus juicios o valores individuales.

El otro proceso se le podría denominar Conflicto Socio-Cognitivo, en el que entran en juego la construcción social de valores o normas, es decir, en el momento de compartir sus ideas y juicios con otra u otras personas.

#### A) Conflicto Perceptual

Los resultados estadísticos nos dan elementos suficientes para establecer que los dos procesos se llevan a cabo en el grupo experimental.

De ésta manera se establece que tanto el Conflicto como la Inconsistencia se resuelven a partir de la percepción individual o colectiva. Y a partir de qué tan grande sea el conflicto, se dará la solución a ambas instancias.

Se puede decir que si es establecido un conflicto o inconsistencia el sujeto puede responder individualmente si el conflicto no es muy grande, entonces se activan los procesos de restablecimiento del equilibrio.

---

<sup>4</sup> Recordemos que el conflicto, se establece en el momento en que una persona presenta una postura nueva o innovadora con respecto a un juicio o idea de un grupo social.

El conflicto puede representarse de dos formas, cambiando la opinión que se tenía a la nueva (percepción manifiesta); o bien puede no cambiarse, ya sea por no considerar la postura conveniente, o ya sea por que el grupo no la considera conveniente, y aunque el individuo la considere una buena opción no cambia su idea o juicio por temor a la represalia del grupo (percepción Latente).

Es decir, se hacen más fuertes las ideas o juicios personales y se resuelve así la inconsistencia, o bien como la postura es parecida o similar a la propia entonces, se tiende a minimizar la inconsistencia.

Es importante resaltar que, el que sea un proceso individual el que se lleva a cabo, no quiere decir que entren juego los mecanismos del Procesamiento de la Información directamente, ya que el individuo responderá a partir de los juicios o valores que obtiene a partir de las relaciones con las personas, no se puede considerar que los juicios o valores del individuo son construcciones individuales; ya que son resultado de un proceso constante de relación del individuo con otras personas, se puede decir que son la representación social de la historia de el individuo.

El individuo no construye desde éste punto de vista los conceptos, los reproduce o modifica.

Esta cuestión nos hace recordar que la televisión tampoco es capaz de crear modelos, los recrea o modifica simplemente.

Como muestra tenemos la gran cantidad de personajes que aparecen en los comerciales, son recreaciones de las gentes que viven en la sociedad.

Por que aún y cuando aparezcan, personajes tan burdos y tan "alocados" no dudamos que existan en la realidad algo parecido, por ejemplo los personajes que aparecen en los promocionales de Canal 5, que podrían representar a un amigo, un conocido, un hermano o hasta usted mismo.

Pero hay que reconocer que la televisión si tiene la posibilidad de uniformar modelos (no de crearlos), es decir, a partir de que se hiciera una campaña general o un bombardeo constante de ellos si se podría llevar a cabo, la televisión lo tendría en sus manos, esperemos que nunca lo haga, mientras tanto no es tan esencial considerarlo.

Lo que si es importante destacar es que la televisión es un medio poderoso, que tiene la gran capacidad de movilizar masas, no hay que subestimarla, hay que conocerla y entenderla, la televisión no es ni tan influenciadora, pero tampoco tan pasiva.

De lo que si hay que cuidarse es de ser tan irreflexivos cuando nos sentamos frente a ella, por qué la televisión si influye de una u otra manera, pero los hace, así es que a los niños ni toda la televisión que quieran ver, ni todos los juguetes.

#### **B) Conflicto Socio-Cognitivo**

También puede existir un conflicto Socio-Cognitivo, el cual aparece en la medida en que el conflicto sea de grande.

Ya que si un conflicto sobrepasa al individuo, se establece un proceso social de explicación, las respuestas al conflicto se encuentran en el grupo a que pertenece o la sociedad.

Se pueden hablar de las nociones de Percepción Manifiesta y Latente de la Influencia, el individuo cuando tiene que expresar un juicio o idea frente al grupo la hace con referencia a él, es decir, el juicio que se tiene de una idea es diferente cuando el

individuo está solo, y es otro cuando está frente al grupo.

En el caso que haya conflicto interno y no se le dé solución individual, se pueden dar los casos siguientes:

- El individuo percibe a la idea de familia como un concepto diferente al suyo y el conflicto lo sobrepasa: entonces, responderá a partir de los juicios o valores del grupo.

Si el conflicto se establece a partir de una idea grupal, que se quiere modificar, entonces, el individuo tendrá que establecer relación con otra u otras personas para discutir la posición entre la nueva idea y la establecida.

Si consideran que la postura es lógica y mejor a la postura anterior, entonces se establece el mecanismo de Conversión Social y el proceso de influencia Social se cumple.

Si se considera la posición poco coherente o de poca repercusión social, entonces la idea o juicio anterior se fortalece y se hace norma.

Lo mismo pudo suceder con los individuos experimentales, el conflicto sucede, pero la escala no lo percibe, y las respuestas se pueden dar a partir de una explicación individual y no de grupo, el proceso que se activa es el de reestablecimiento del Equilibrio, por la razones que anteriormente hemos establecido.

El cambio de puntajes no permite apoyar tal situación, ya que existen modificaciones en las respuestas, y por lo tanto en los puntajes totales, lo que nos podría hablar de que existió un conflicto, tan pequeño o tan grande, pero que no se pudo medir desafortunadamente.

En cuanto a las Hipótesis de Investigación se tiene que tres de ellas se han respondido en la redacción anterior, una es referente a la posibilidad de la televisión para crear modelos, lo que nos da pie para referirnos a la tercer Hipótesis, en donde se establece que la televisión modifica únicamente roles en la familia y no conceptos, y es así, de los modelos que se presentan en televisión se refiere a las funciones de los integrantes de la familia, es decir, la madre lavando, planchando o cocinando, el padre trabajando o disfrutando de la televisión y los niños jugando o estudiando.

La televisión, y los comerciales en particular, representan esos roles y no tanto conceptos, aunque si los hay, pero son mínimos, en los comerciales presentados no aparece alguno semejante.

Los que podrían acercarse a éste tipo de comerciales son los de "Viva la Familia", sin embargo hacen referencia a la unión familiar y no a la familia como concepto. Y los personajes que aparecen individuales, es decir aparece el padre, un hijo, la abuela, pero nunca una familia completa.

Para la cuarta Hipótesis que se estableció en en Tercer Capítulo, la respuesta está dada, el conflicto se puede dar en dos sentidos, el Socio-Cognitivo y el Perceptual, el cual se responderá en la medida del conflicto establecido en las personas.

Podemos concluir que tanto la Inconsistencia como el Conflicto, son mecanismos esenciales para el establecimiento de

la influencia, y en la medida en que se responda a tal estado, se dará la influencia.

Por lo tanto, es cierta la Primer Hipótesis de Investigación, la influencia depende de la relación que se establece entre el concepto presentado y el televidente y de el conflicto que se establezca en la relación.

## ANEXO UNO

### DESCRIPCION DE COMERCIALES

En el capítulo tres se aborda el diseño experimental del trabajo, en el cual se establece las condiciones que se llevaron a cabo en éste, sin embargo, sólo se hace mención de que se utilizaron algunos comerciales sobre familia, en éste apartado abordaremos a los diferentes tipos de comerciales utilizados en cuanto a las siguientes características:

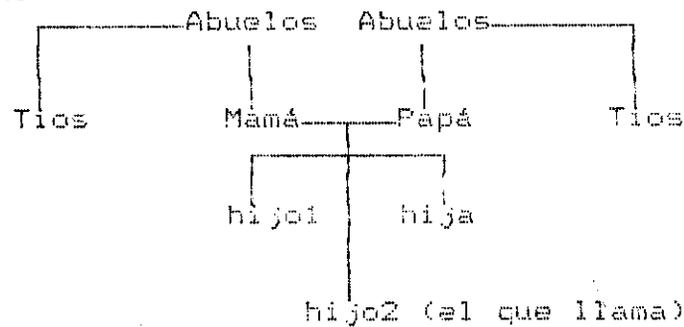
- a) Producto.
- b) Quiénes aparecen en el comercial.
- c) Modelo de familia a que se hace referencia.
- d) Día y hora de grabación.

El que se quiera presentar el tipo de comerciales que se utilizaron en la investigación concibe dos direcciones; Primero, establecer a los modelos de familia que se desean presentar, Segundo, mostrar el tipo de comerciales presentados, para que se tenga conocimiento de como utilizarlos de mejor manera en proximas investigaciones y sobre todo por conocimiento propio del trabajo.

Así pues se da comienzo a la revisión de algunos comerciales que se presentaron al grupo experimental en el desarrollo de la investigación:

**COMERCIAL # 1**

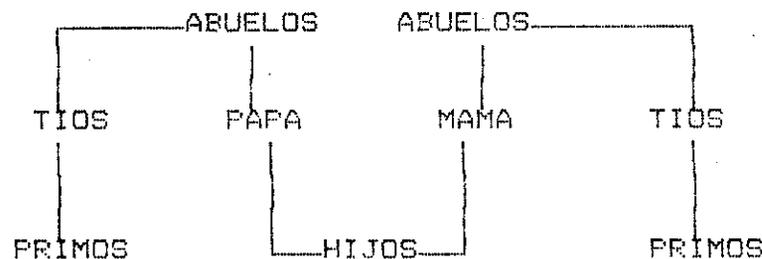
- PRODUCTO: Lada 91
- QUIENES APARECEN: Familia completa, en una reunión familiar, en donde se muestra la unión, y debido a que uno de los integrantes no puede asistir, se comunica con ellos para sentirse cerca y compartir la celebración.



- MODELO A QUE SE HACE REFERENCIA: Modelo de familia en general, ya que tanto la familia tradicional como la liberal comparten las fechas especiales.
- FECHA Y HORA APROX. DE GRABACION: Diciembre de 1994 de 9:30 a 10:30 P.M. (TELENOVELA VUELO DEL AGUILA CANAL 2)

**COMERCIAL # 2**

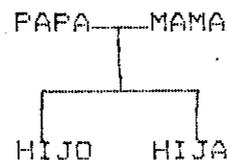
- PRODUCTO: Sidra Copa de Oro
- QUIENES APARECEN: Familia completa, en donde aparecen instantes o recuerdos importantes de la familia, fiestas, graduaciones, casamientos, titulaciones, etc.



- MODELO A QUE SE HACE REFERENCIA: Familia en general.
- FECHA Y HORA APROX. DE GRABACION: Diciembre del 94 de las 9:30 a 10:00 P.M. (TELENOVELA CANAL 13)

**COMERCIAL # 3**

- PRODUCTO: Video Max. (centro de video)
- QUIENES APARECEN: Familia nuclear.



- MODELO A QUE SE HACE REFERENCIA: Familia moderna
- FECHA Y HORA APROX. DE GRABACION: Diciembre de 1994 de las 8:00 a 8:30 P.M. (PROGRAMA LOS SIMPSON CANAL 7)

**COMERCIAL # 4**

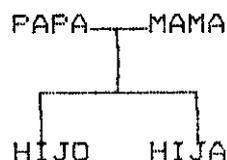
- PRODUCTO: Juegos Montecarlo.
- QUIENES APARECEN: Familia nuclear, los padres compartiendo con sus hijos los juegos de mesa.



- MODELO A QUE SE HACE REFERENCIA: Familia Moderna.
- FECHA Y HORA APROX. DE GRABACION: Diciembre de 1994, entre 7:00 a 8:00 P.M. (ESPECIAL DE NAVIDAD CANAL 5)

**COMERCIAL # 5**

- PRODUCTO: Mayonesa McCormick.
- QUIENES APARECEN: Familia nuclear, todos los integrantes aparecen en la cocina, preparando la comida.



- MODELO A QUE SE HACE REFERENCIA: Familia moderna.
- FECHA Y HORA APROX. DE GRABACION: Noviembre de 1993, entre 9:30 y 10:30 P.M. (TELENOVELA VALENTINA CANAL 2).

#### COMERCIAL # 6

- PRODUCTO: Planchitex (suavisante de telas).
- QUIENES APARECEN: Mujer joven y esposo; la mujer aparece planchando ropa a la antigua, con plancha de vieja; el nuevo producto le facilita la labor, (sin tener que dejar de hacerlo), y le queda más tiempo para su esposo.
- MODELO A QUE SE HACE REFERENCIA: En un primer momento al modelo tradicional y posteriormente al moderno.
- FECHA Y HORA APROX. DE GRABACION: Noviembre de 1993, entre 10:00 y 10:30 P.M. (NOVELA CORAZON SALVAJE).

#### COMERCIAL # 7

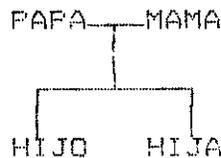
- PRODUCTO: Lavadora Easy.
- QUIENES APARECEN: Mujer e hija, la lavadora facilita las labores domésticas, lo que le permite jugar y compartir más tiempo con su hija.
- MODELO A QUE SE HACE REFERENCIA: Modelo Moderno, aunque se debe hacer mención que en éstos dos últimos comerciales, lo que sucede es que presentan primero al modelo tradicional y posteriormente, ya con el producto

se lleva al moderno; se da tiempo a otras actividades.

- FECHA Y HORA APROX. DE GRABACION: Enero de 1994, entre las 4:00 a 5:00 P.M. (SUPER TAZON 1994).

**COMERCIAL # 8**

- PRODUCTO: Gillete (rastrillo).
- QUIENES APARECEN: El padre(joven) y su familia, el utencilio como regalo para papa.



- MODELO A QUE SE HACE REFERENCIA: Familia Moderna
- FECHA Y HORA APROX. DE GRABACION: Junio de 1994 (DIA DEL PADRE).

**COMERCIAL # 9**

- PRODUCTO: Actifed DM.
- QUIENES APARECEN: Familia completa, aparecen imágenes o cuadros de fotografía con malestares de catarro, se establece el bienestar de la familia.
- MODELO A QUE SE HACE REFERENCIA: Familia en General, a toda familia le interesa el bienestar físico de sus integrantes, aprovechandose los adelantos científicos.
- FECHA Y HORA APROX. DE GRABACION: Agosto de 1994, entre 8:00 y 9:00 P.M. (PROGRAMA LOS AÑOS MARAVILOSOS CANAL 7).

## CÓMERCIAL # 10

- PRODUCTO: Promocionales de "Viva la Familia".
- QUIENES APARECEN: En general todos los comerciales involucran la familia, algunos de ellos la figura primordial es el hijo, cuando tiene que ir a un juego de futbol fuera de la ciudad, o bien el padre cuando va a un viaje de negocios piensa en regresar los más pronto a su casa, aun sobre la proposición de un amigo de ir a divertirse después del trabajo, todos ellos se despiden por medio de una carta con un mensaje a la familia de seguridad, apoyo y confianza, al final la frase que se hizo muy conocida: P.D. "Viva la Familia".
- MODELO A QUE SE HACE REFERENCIA: Modelo de familia en general, lo que se buscó con éste tipo de comerciales fué resaltar a la familia en todo momento, como un apoyo o principio de la forma de vida de la sociedad mexicana. Nos hace recordar que ante todo tenemos a una familia.
- FECHA Y HORA APROX. DE GRABACION: Son diversas fechas, ya que los comerciales estuvieron apareciendo constantemente en la televisión, recordemos que el año pasado fue el "Año Internacional de la Familia" por lo tanto los promocionales se daban con cierta frecuencia. (Son 4 los comerciales que se tienen grabados de éste tema, 1) El hijo que va a jugar futbol; 2) El esposo que está en un viaje de negocios; 3) La abuela que escribe a sus hijos y nietos agradeciéndoles, y 4) El padre que no va a ver el partido, por ir a compartir el día de

descanso con su familia.

En general, éstos son los tipos de comerciales que se les presentó a el grupo experimental, claro que el mayor número de ellos se refieren a la familia moderna, los productos son para ayudar a las labores del hogar y así poder dar más tiempo a otras actividades, ya sean personales o para la familia.

Un punto importante de éste trabajo de descripción, es la de resaltar que la mayoría de los comerciales van dirigidos a la clase media, ya que se hace publicidad de utensilios para el hogar, que los utiliza uno mismo, no así la servidumbre, si fueran dirigidos a la clase alta.

Para la clase socioeconómica baja, es difícil pensar en poseer algunos de esos productos, sin embargo si se pueden identificar con algunos modelos de familia o quizá se pudiera pensar que quieran llegar a ser igual que ellos. Sin embargo sería otra investigación la que diera cuenta de ello, aquí no se ha planteado.

## ANEXO 2

### ESCALA APLICADA A LOS GRUPOS EXPERIMENTALES

#### ESCALA

EDAD: \_\_\_\_\_

# DE HIJOS: \_\_\_\_\_

DIRECCION: \_\_\_\_\_

CONTESTE LA OPCION QUE MAS SE ACERQUE A SU OPINION:

- (TD) TOTALMENTE DEACUERDO
- (D) DEACUERDO
- (I) INDECISO
- (DS) DESACUERDO
- (TDS) TOTALMENTE EN DESACUERDO

1. La familia en México es muy unida.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
2. Las grandes celebraciones se llevan a cabo en familia.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
3. La función del padre es mantener a la familia.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
4. La madre debe trabajar al igual que el padre.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
5. Debemos aceptar los hijos que Dios nos mande.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
6. Las labores del hogar son propias de la mujer.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
7. Comparto mis éxitos y fracasos con mi familia.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
8. Hablo de sexualidad con mis hijos.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
9. El matrimonio es la culminación del amor de adolescente.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).
10. Estoy más a gusto con mis amigos(as) que con mi familia.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

11. La televisión la vemos en familia.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

12. En mi casa no comprenden mis problemas.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

13. Los hijos deben ser obedientes con los padres.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

14. El padre no debe realizar las labores domésticas.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

15. El casarse no significa que se vaya a ser feliz.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

16. Disfruto mucho al estar con mi esposa(o) y mis hijos.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

17. La obligación de los padres termina cuando sus hijos alcanzan la mayoría de edad.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

18. Prefiero ir a divertirme antes de estar con mi familia.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

19. Mis problemas los puedo resolver con el apoyo de mi familia.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

20. En mi familia se puede hablar de cualquier tema.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

21. El ser padre de familia lleva consigo muchas responsabilidades.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

22. La obligación de los hijos es estudiar y ayudar a sus padres mientras dependan de ellos.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

23. La religión lleva a la unión en la familia.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

24. La familia es la unidad básica de toda sociedad.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

25. En la familia obtenemos los valores sociales y morales.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

26. El respeto es uno de los vínculos de toda familia.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

27. Los valores morales ya no se respetan actualmente.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

28. La comunicación dentro de la familia es muy importante.

TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

29. La unión libre es una buena opción actualmente para evitarse de los compromisos que conlleva el matrimonio.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

30. La familia debe ser unida y respetuosa de las normas morales y sociales.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

31. El matrimonio es la base de la familia  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

32. La edad mínima permitida para poder casarse es de 16 años para el hombre y de 14 para la mujer.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

33. La obligación de los padres es organizar debidamente el hogar y ayudarse mutuamente.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

34.- La mujer está obligada a vivir junto a su esposo  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

35.- El marido tiene a su cargo, principalmente, el sostenimiento económico del hogar  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

36.- La autoridad está en manos tanto del esposo como de la mujer  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

37.- Los hijos deben respetar, querer y obedecer a sus padres.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

38.- Los hijos no deben avergonzarse de sus padres, aunque sean pobres, incultos y sencillos.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

39.- A los padres hay que honrarlos por medio del buen comportamiento, dedicación en el estudio y amor al trabajo.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

40.- Los hijos tienen el derecho de ser respetados.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

41.- Los padres deben dar educación a sus hijos.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

42.- Los hijos deben colaborar con los quehaceres hogareños.  
TD ( ). D ( ). I ( ). DS ( ). TDS ( ).

## BIBLIOGRAFIA

- ARIAS, RUIZ ANIBAL, EL MUNDO DE LA TELEVISION, ESPAÑA, 1971.
- BANDURA, ALBERT, TEORIA DEL APRENDIZAJE SOCIAL ESPASA, MADRID 1982.
- CAMPBELL, DONALD Y JULIAN STANLEY, DISEÑOS EXPERIMENTALES Y CUASIEXPERIMENTALES EN LA INVESTIGACION SOCIAL, AMORRORTU EDITORES, BUENOS AIRES, 1970.
- CREMUOX, RAUL, TELEVISION O PRISION ELECTRONICA ARCHIVO DEL FONDO DE CULTURA ECONOMICA, # 12, MEXICO, 1972.
- DE FLEUR, MELVIN Y SANDRA J. BALL-ROXEACH, TEORIA DE LA COMUNICACION DE MASAS, PAIDOS COMUNICACION # 2, 1982.
- DE VEGA, MANUEL, INTRODUCCION A LA PSICOLOGIA COGNITIVA, ALIANZA EDITORIAL, 1984.
- DICCIONARIO ANAYA DE LA LENGUA, FONDO CULTURAL TELEVISIA, 1980.
- DOISE, WILLIAM, PSICOLOGIA SOCIAL EXPERIMENTAL, EDITORIAL HISPANO - EUROPEA, 1985.
- HILLIARD, L. ROBERT, TELEVISION: UNA INTRODUCCION A LA TELEDIFUSION, EDITORES ASOCIADOS S. A., MEXICO, D. F., 1974.

- IBÁÑEZ, TOMAS, "PODER, CONVERSION Y CAMBIO SOCIAL" EN LA INFLUENCIA SOCIAL INCONSCIENTE, SERGE MOSCOVICI et. al., ANTHROPOS, BARCELONA, 1991.
- LERBINGER, OTTO, DISEÑOS PARA UNA COMUNICACION PERSUASIVA, EDITORIAL MANUAL MODERNO, MEXICO, 1979.
- MOSCOVICI, SERGE, PSICOLOGIA SOCIAL, FONDO DE CULTURA ECONOMICA
- MOSCOVICI, SERGE, (1980), PSICOLOGIA DE LAS MASAS, FONDO DE CULTURA ECONOMICA,
- MOSCOVICI, SERGE, PSICOLOGIA DE LAS MINORIAS ACTIVAS, EDICIONES MORATA S. A., MADRID, 1981.
- MOSCOVICI, SERGE, "INFLUENCIA MANIFIESTA E INFLUENCIA OCULTA EN LA COMUNICACION" EN LA REVISTA MEXICANA DE SOCIOLOGIA, AÑO XLV, VOL. 45 / NUM. 2, ABRIL-JUNIO DE 1993.
- MOSCOVICI, SERGE, et. al. LA INFLUENCIA SOCIAL INCONSCIENTE, AUTORES, TEXTOS Y TEMAS: PSICOLOGIA # 14, EDITORIAL ANTHROPOS 1991.
- MUNNE, FREDERICK, PSICOLOGIA DEL TIEMPO LIBRE: UN ENFOQUE CRITICO, EDITORIAL TRILLAS, 1986.
- MUGNY GABRIEL, et. al. "CONFLICTO, IDENTIFICACION Y PODER EN LA INFLUENCIA MINORITARIA", EN LA REVISTA DE PSICOLOGIA SOCIAL, PRIMAVERA DE 1986, MADRID.
- MYERS, PSICOLOGIA SOCIAL, EDITORIAL MCGRAW - HILL MADRID, 1991.

- PIAGET, NACIMIENTO DE LA INTELIGENCIA EN EL NIÑO 1952.
- PERSONNAZ Y PERSONNAZ, "UN PARADIGMA PARA EL ESTUDIO EXPERIMENTAL DE LA CONVERSION" EN LA INFLUENCIA SOCIAL INCONSCIENTE, 1993.
- RAMIREZ, ARMANDO, "LA CULTURA EN LA TELEVISION", EN LA REVISTA TOPODRILLO, UAM - I, # 6, 1989.
- RAMIREZ, RIVERA IRMA, LA INFLUENCIA DE LA TV EN EL COMPORTAMIENTO INFANTIL, TESIS EN PSICOLOGIA SOCIAL UAM-I, 1982.
- REARDON, KATHELEEN K., LA PERSUASION EN LA COMUNICACION: TEORIA Y CONTEXTO, PAIDOS COMUNICACION, 1981.
- REVISTA TELEGUIA, AÑO 41 # 2124 DEL 3 AL 9 DE JULIO DE 1993, SECCION MINUTO VEINTI Y CINCO .
- REVISTA TELEGUIA, AÑO 42 # 2155 DEL 27 DE NOVIEMBRE AL 31 AL 1 DE DICIEMBRE DE 1993, MISMA SECCION.
- SECORD AND BACKMAN, SOCIAL PSYCHOLOGY, ED. MCGRAW - HILL, 1954.
- SCHMELKES, CORINA, MANUAL PARA LA PRESENTACION DE ANTEPROYECTOS E INFORMES DE INVESTIGACION, EDITORIAL HARLA, 1988.
- SHELDON, STRYKER, "APORTACIONES DE DOS PSICOLOGIAS SOCIALES: HACIA UNA APRECIACION DE RELEVANCIA MUTUA", EN PSICOLOGIA SOCIAL EXPERIMENTAL, 1985.
- TEJA, ANDRADE JESUS, EL HOMBRE Y LAS INSTITUCIONES SOCIALES, D. E. HERRERO Y CIA. S. A., MEXICO, 1953.