

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

✓ CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

✓ LA INFLUENCIA DE LA TELEVISION
EN EL COMPORTAMIENTO INFANTIL

✓ Lic.
TESINA DE PSICOLOGIA SOCIAL

P R E S E N T A N

✓
RAMIREZ RIVERA IRMA

TORRES CASTILLO MA.ELENA

México, D.F.

1987 ✓

no

LA INFLUENCIA DE LA TELEVISION
EN EL COMPORTAMIENTO INFANTIL

INDICE

INTRODUCCION

	PAG.
1. HISTORIA DE LA COMUNICACION	1
1.1 Concepto de comunicación	5
1.2 Concepto de comunicación masiva	9
2. HISTORIA DE LA TELEVISION EN MEXICO	12
2.1 La televisión como medio de comunicación	18
2.2 Formas de control social en la televisión	21
3. CONCEPTO DE IDEOLOGIA	28
3.1 La televisión como medio de control social	29
4. PROCESOS PSICOSOCIALES BASICOS	
4.1 Influencia	33
4.2 Proceso de socialización	47
4.2.1 Principales agentes socializantes	
a) La familia	49
b) La escuela	50
c) Medios de comunicación masiva (televisión) .	52
5. METODOLOGIA	55
6. ANALISIS ESTADISTICO	
1. La televisión	59
1.1 Entretenimiento	60

2. Conflicto	
2.1 Nociones de bueno y malo	66
3. Agresividad	
3.1 Emoción	70
3.2 Influencia del héroe	76
3.2.1 Idealización	78
3.2.2 Imitación	82
7. REFLEXIONES	85

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

INTRODUCCION

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

En México como en otros países una de las principales preocupaciones de los psicólogos se refiere al efecto que la televisión produce en los niños, ya que en la actualidad se exponen a la televisión desde la primera infancia, y es de suponer que ésta influya de una u otra forma en la socialización del niño.

La preocupación principal estriba en si los contenidos transmitidos por la televisión están causando efectos nocivos en los niños que se exponen a ellos, finalmente si los niños imitan las conductas que adoptan los héroes en los programas de televisión.

La presente investigación pretende obtener datos acerca de los efectos del contenido violento que se transmite a través de la televisión mexicana sobre los receptores infantiles específicamente sobre niños de 8,9,10 y 11 años. Ya que la mayoría de los niños mexicanos del D.F. tienen acceso a un aparato de televisión. Los infantes ocupan la mayoría de su tiempo libre en exponerse a la televisión, de esta manera la televisión constituye una fuente importante de influencia en la vida de los niños.

La observación de episodios excitantes y violen--

tos en la televisión puedan estimular en el niño sentimientos agresivos, y enseñarle formas de comportamiento en diversas situaciones que se convierten en conductas potenciales cuando el niño se encuentra en situaciones similares.

Otro proceso fundamental en el desarrollo de la personalidad de los niños es la socialización y el papel que desempeña la televisión en dicho proceso. La televisión tiene un impacto significativo en la conducta social de los niños considerando sobre todo que gran parte de los contenidos transmitidos por la televisión pueden ser caracterizados como comportamiento violento.

En algunas investigaciones se ha observado que la exposición a representaciones de violencia en los medios de comunicación, por un largo período de tiempo socializa a las audiencias dentro de normas, actitudes y valores que al sistema conviene.

1. HISTORIA DE LA COMUNICACION

1. HISTORIA DE LA COMUNICACION

La ciencia histórica destaca que hay dos factores yacentes en los orígenes de la transición desde la historia natural de los animales hasta la historia social del hombre.

Uno de ellos es el trabajo social y el uso de herramientas, el otro es la aparición del lenguaje.

Es notorio que a diferencia del animal, el hombre no sólo emplea, sino que también fabrica herramientas haciendo cambiar con esto radicalmente la actividad del hombre primitivo, diferenciándolo del comportamiento de los animales.

En el hombre que produce herramientas la conducta adquiere un carácter organizado complejo; pero el hecho de llegar a ser más compleja, el sistema de actividad al efectuarse el tránsito a la historia social del hombre no se limita únicamente a la reestructuración señalada, sino que la actividad consciente del hombre no es fruto del desarrollo natural de facultades inherentes al organismo, sino el resultado de formas socio históricas nuevas de actividad laboral.

La segunda circunstancia que motiva la formación de la estructuralmente compleja actividad consciente -

del hombre, es el surgimiento del lenguaje.

"Por lenguaje se entiende generalmente un sistema de códigos con ayuda de los cuales se designan los objetos del mundo exterior, sus acciones, cualidades y relaciones entre los mismos". (1)

Las palabras asociadas en frases con los medios de comunicación principales con ayuda de los cuales el hombre guarda y transmite la información y asimila la experiencia acumulada por generaciones enteras de otros hombres.

Las circunstancias originarias del lenguaje proceden de buscarlas en las relaciones socio-laborales, cuya aparición se inicia con el tránsito a la historia de la humanidad.

Hay muchas razones para creer que el lenguaje nació por vez primera de las formas de comunicación que los hombres entablaron en el proceso de trabajo.

La forma conjunta de actividad práctica conduce inevitablemente a que en el hombre surja la necesidad de transmitir a otro cierta información, que además no puede limitarse sólo a expresar estados subjetivos (emociones), sino que ha de designar los objetos (cosas o herramientas) que figuran en la actividad laboral conjunta.

Según teorías aparecidas ya en la segunda mitad -

(1) Luria, A.R. Introducción Evolucionista a la Psicología. Ed. Barcelona, Fontanella, 1950. pág.108

del siglo XIX, los primeros sonidos indicativos de objetos surgieron cabalmente en el proceso del trabajo asociado.

De ésta época data el surgimiento de los primeros vocablos independientes denominativos de objetos, que mucho más tarde empezaron a servir para destacar también los actos y las cualidades de los mismos. Nace así el lenguaje como sistema de códigos independientes, -- que en el transcurso del largo desarrollo histórico ulterior viene a tomar la forma que hoy distingue a los idiomas contemporáneos.

- El lenguaje como sistema de códigos designativos de objetos, de sus actos, cualidades o relaciones, y que sirve de medio para transmitir la información, tuvo decisiva importancia para la reestructuración posterior de la actividad consciente del hombre.

El surgimiento del lenguaje introduce, por lo menos tres cambios substanciales máximos en la actividad consciente del hombre. El primero de ellos radica en lo siguiente: al designar los objetos y acontecimientos del mundo exterior con palabras sueltas o combinaciones de las mismas.

La segunda función: consiste en que las palabras de áquel no sólo apuntan a determinadas cosas, sino -- que abstraen los atributos esenciales de las mismas y

configuran las cosas perceptibles en determinadas categorías.

La tercera función: el lenguaje sirve de medio -- fundamental para transmitir la información acumulada -- en la historia social de la humanidad.

Con lo expuesto anteriormente nos damos cuenta -- del desarrollo que ha tenido el lenguaje en el hombre; ya que de acuerdo a sus necesidades, tuvo que organizarse para nuevas actividades laborales. Utilizando un sistema de códigos los cuales dieron origen a las palabras, que fueron el inicio de un medio de comunicación.

Por tal motivo consideramos importante referirnos a la comunicación ya que es el medio por el cual el -- hombre guarda y transmite la información y asimila las experiencias acumuladas por generaciones.

1.1 CONCEPTO DE COMUNICACION

Tomando como referencia el tema principal, del -- capítulo, que es la historia de la comunicación, vemos que es necesario llegar a un concepto de lo que es comunicación.

Etimológicamente "comunicar" se refiere a compartir o a intercambiar, ahora bien vemos que ésta definición no es suficiente para explicar éste proceso. Para ello ha sido necesario remitirnos a las definiciones - que nos dan los siguientes autores:

Salazar: "La comunicación es un proceso de interacción o transacción entre dos o más elementos de un sistema". (2)

Scharamm: "Comunicación, todo intento de establecer algo en común". (3)

Wright: "Comunicación, proceso de transmisión de ideas entre individuos". (4)

Orozco Gutiérrez: "Comunicación, toda transmisión de información con vistas a una respuesta". (5)

Berelson: "Comunicación, transmisión de la información de ideas, emociones, ideales, habilidades, etc., por medio del uso de símbolos". (6)

Wriglet: "Comunicación, proceso por medio del cu-

- (2) Salazar, J.M. Psicología Social. Ed. Trillas. pág. 32
- (3) Material Fotocopiado. Escuela Normal
- (4) Op. cit. pág. 6
- (5) Op. cit. pág. 8
- (6) Op. cit. pág. 10

al se transmiten significados de una persona a - -
otra". (7)

Munné: "El proceso de comunicación consiste en el hecho de que un emisor o fuente transmite un mensaje - a un receptor por medio de un canal. Al ser expresado el mensaje en un código determinado (codificación) se convierte en información.

El receptor descodifica la información e interpretación la necesidad del comunicante. El emisor percibe la reacción del receptor (feed-back)". (8)

"Comunicación ponerse en contacto emisores y receptores, lograr la interacción de unos sobre otros en un contexto dado. Se puede decir que ha seguido evolucionando al igual que el conocimiento que sobre ella se tiene y de lo que hoy se denomina el proceso de comunicación". (9)

"La comunicación es una de las formas de interacción entre los hombres en el proceso de su actividad. Siendo un proceso de intercambio de noticias que contienen los resultados del reflejo de la realidad por los hombres. La comunicación constituye una parte inseparable de su existencia social y un medio de formación y funcionamiento de su conciencia tanto individual como social.

En el proceso de comunicación entre los hombres -

(7) Op. cit. pág.12

(8) Munné, Federico. Psicología Social. Ed. CEAC. pág.52

(9) Escudero, Ma. Teresa. La Comunicación en la Enseñanza. Ed. Trillas. pág.13

que objetivamente pertenecen a una misma clase, se pone de manifiesto la similitud y coincidencia de sus intereses e ideas, y se va creando una concepción del mundo sistematizada: la ideología". (10)

En base a lo anterior nosotras definimos a la comunicación como una forma de interacción entre los hombres en el proceso de su actividad en un contexto dado. La cual se modifica a medida que la sociedad evoluciona.

El hombre influye en la conducta de los demás de acuerdo a sus propósitos. Por lo tanto es necesario interactuar con los demás definiendo a la interacción como metas de comunicación.

Para que la interacción sea afectiva debe estar constituida por tres componentes básicos: emisor, mensaje y receptor.

El transmisor debe traducir el pensamiento y la planeación que está tras todo esfuerzo comunicativo a una forma que puede ser comprendida por aquellos con los que sea útil para sus metas comunicativas.

La codificación es el proceso de traducir todo lo que está detrás de cualquier esfuerzo de comunicación.

Esta incluye dos importantes procesos más, que también son llevados a cabo por el transmisor:

1) La interpretación o asignación de un significado

do.

2) El hacer que tenga sentido la comunicación dirigida al transmisor de otras fuentes. Este último proceso es conocido como decodificación y es el proceso opuesto a la codificación. Estos pasos adicionales de interpretar y decifrar son parte de la codificación y de hecho todos tienen lugar simultáneamente.

Por lo tanto los mensajes no importa cual sea su forma y como sean transmitidos deben utilizar símbolos con significados lo bastante similares como para que el transmisor pueda hacerse entender del receptor.

Generalmente el receptor debe hablar el mismo lenguaje que el transmisor, más particularmente el receptor debe conocer cualquier vocabulario especialmente o expresiones vulgares, si son pertinentes.

El receptor da algún significado a los mensajes que recibe. El receptor se comunica muy frecuentemente con el transmisor necesitando del proceso de codificación para ello.

Consideramos que el proceso de la comunicación no es un modelo estático, sino un fenómeno de lo más dinámico y complicado que ha ido evolucionando a través del tiempo.

1.2 CONCEPTO DE COMUNICACION MASIVA

A partir de aquí ha sido necesario el desarrollo tecnológico para reforzar la comunicación dentro de un contexto más amplio, creando día con día medios adecuados para su funcionamiento. Como son televisión, radio, cine, revistas, periódico, teléfono y telégrafo.

Los cuales han sido definidos por los siguientes autores como medios masivos de comunicación.

Janowitz: "Los medios de comunicación masiva comprenden las instituciones y las técnicas mediante las cuales grupos especializados emplean recursos tecnológicos (prensa, radio, cine, televisión, etc.).

Para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público heterogéneo y disperso". (11)

McQuail: "Los medios masivos de comunicación son los que ofrecen modelos de comportamiento, incluyen roles sociales, proporcionan experiencia vicaria, situaciones nuevas y ayudan al individuo a adaptarse a las expectativas de los demás". (12)

Mattelard: "Los medios de comunicación masiva son los canales artificiales de la relación interhumana cuando transmiten unilateralmente mensajes para todos.

Son aquellos cuya carga de significaciones tiende a es

(11) McQuail. Sociología de los Medios Masivos de Comunicación. Ed. Paidós 1972. pág.28

(12) Op. cit. pág.29

tablecerse del uno para todos, es decir, de lo impersonal de sus contenidos para no ser selectiva en sus alcances". (13)

Con la utilización de éstos medios da lugar a lo que llamamos actualmente comunicación masiva, destinada a un público relativamente anónimo, numéricamente grande y heterogéneo.

En los procesos de información masiva se difunden comunicaciones que contienen una información claramente orientada a afirmar los valores espirituales, las normas morales y jurídicas de determinada sociedad o de una parte cualquiera de la misma, con el fin de ejercer influencia biológica sobre el estado anímico, las opiniones, valoraciones, decisiones y conducta de considerable cantidad de personas.

Por lo tanto los medios de comunicación masiva obedecen a una dirección unilineal, de arriba hacia abajo, es decir un emisor que transmite la superestructura del modo de producción capitalista hacia un receptor que constituye una base cuya mayoría no ve reflejada sus preocupaciones y formas de vida sino las aspiraciones, valores y normas que la dominación burguesa estima convenientes para su propia sobrevivencia.

En el campo de la teoría marxista se considera así la comunicación como un hecho social que tiene su

(13) Mattelard, A. Comunicación Masiva y Revolución. Ed. Siglo XXI. pág. 25

su origen y se desarrolla en la superestructura del -- mundo, pero que participa también del orden económico y se encuentra históricamente determinado por él. De ahí que los medios de comunicación se toman como instituciones caracterizadas por el modo de producción en que se dan, en éste caso: capitalista.

Lo que éstas instituciones o empresas de la comunicación producen, es algo muy específico: el mensaje. Su producción la vuelve de análisis particular y las interpretaciones sobre la comunicación se convierte en una parte integrante de la ciencia que estudia la sociedad.

2. HISTORIA DE LA TELEVISION EN MEXICO

2. HISTORIA DE LA TELEVISION EN MEXICO

El 7 de septiembre de 1946 se inauguró la estación experimental de televisión, cuyas transmisiones comenzaron con un programa artístico. Dicha emisora difundió programas en la Ciudad de México cada sábado, durante dos años.

En el año de 1948 la radiodifusión estaba controlada fundamentalmente por dos grupos económicos norteamericanos, representados en México por la cadena de la XEW y la cadena XEQ. Posteriormente se incorpora a la industria el grupo O'Farril, Alemán Jenkins.

Este capital por una parte, y el representado por Azcárraga, por la otra, centran sus esfuerzos de instalación de emisoras de televisión, dejando a pequeños comerciantes e industriales de la capital y de la provincia la oportunidad de solicitar concesiones por la instalación de radio.

Debido al interés mostrado por éstos, el entonces presidente de México Miguel Alemán Velasco, pidió investigar acerca de los aspectos técnicos de la televisión en varios países y la temática de los diferentes programas televisados, con el fin de encontrar la fórmula idónea para la futura estructuración de la televi

sión mexicana y decidirse así a otorgar a los capitales antes mencionados, la concesión para la operación de los canales de televisión.

Este nuevo espectáculo interesó al público y los motivó a introducirse en él.

Los eventos sociales y políticos, las noticias y los deportes se podían ver en la pantalla de televisión; y con todo esto se creaba la primera estación de televisión comercial con tecnología propia.

Tiempo más tarde, XEW canal 2 de televisión comienza a salir esporádicamente al aire con transmisiones originadas en los estudios radiodifusores de XEW, mientras terminaban de construir las instalaciones en donde más tarde sería televicentro. Este canal emitía su señal sin comerciales.

El 10. de enero de 1952, el canal 2 transmitió -- por primera vez una programación completamente estructurada. A partir de ese momento el número de televisores en nuestro país empieza a incrementarse y también va surgiendo la competencia entre los canales existentes, el 4 y el 2, que habían conseguido sus respectivas concesiones. Más tarde, el 20 de marzo de 1954, comienza a salir al aire el canal 5 con transmisiones cotidianas de las 3:00 a las 5:45 de la tarde y de las 8:00 a las 8:45 de la noche.

En 1955 los tres canales de televisión que funcionaban bajo un sistema de competencia comercial se fusionaron para convertirse en una sociedad anónima: "Telesistema Mexicano, S.A."

En el año de 1959, el Instituto Politécnico Nacional (I.P.N) adquirió la concesión para formar el canal 11 y así comenzar sus transmisiones con una señal muy débil.

En 1965 Telesistema Mexicano contaba con dos canales más, el 7 y el 9 de provincia. En 1967 comenzaron las proyecciones a colores de todos los canales de Telesistema Mexicano.

Corporación Mexicana de Radio y Televisión S.A. - canal 13, fue constituida en 1968. Pero debido a su incosteabilidad económica por la que atravezaba la empresa, fue absorbida por el gobierno mexicano. A partir de 1970, éste canal inicia una nueva etapa al vivir una transformación infraestructural y estructural y así su etapa como instrumento de comunicación social, no exclusivamente comercial.

El 10. de enero de 1952, el canal 2 transmitía por primera vez una programación completamente estructurada.

El canal se plantea como meta "Servir de enlace con la comunidad nacional vinculando a la capital con

los estados entre sí, proporcionando servicios y bienes necesarios a través de su programación". (14)

El 29 de abril de 1972 se crea la Televisión Rural del Gobierno Federal bajo el nombre de Televisión Cultural de México para dar servicio a las áreas de la provincia. Más tarde se le denominó Televisión Rural - Mexicana (T R M) dependiente de la Dirección General de Radio y Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación (R T C).

Por otro lado los concesionarios privados se encontraban organizados en dos empresas distintas: Tele-sistema Mexicano y Televisión Independiente de México, quienes se fusionan en 1973 en una nueva sociedad llamada Televisa S.A. (Televisión Vía Satélite, Sociedad Anónima).

(14) González, Treviño Jorge. Televisión, Teoría y Práctica. Ed. Alhambra México, S.A. México 1983 pág. 21

2.1 LA TELEVISION COMO MEDIO DE COMUNICACION MASIVA

La television en México tiene un papel importante en el desarrollo del país por la influencia que ejerce en los individuos, en su formación, en su educación, costumbres en una palabra: en la ideología que se les -- brinda a los mexicanos a través de éste poderoso medio de información.

Esta característica de elementos de poder ha sido aprovechada particularmente en México por empresas -- transnacionales y sus aliados en el país, como por el Estado.

Sin embargo, a lo largo de la existencia de la relación Estado-Medios, podemos ver que el Estado ha de-- jado el mayor terreno a los empresarios de la informa-- ción. Las empresas que tienen a su cargo los medios de difusión y sus principales instrumentos de dominación, tienen un modelo: su poder económico y su característi-- ca autoritaria.

La generalidad de los órganos de información en -- la actualidad utilizan fundamentalmente un discurso -- autoritario entre cuyas características se encuentran: la utilización de una retórica excesiva.

Llamamos medios de estructura autoritaria a aque--

llos que utilizan mensajes cuyos signos han sido seleccionados y combinados para llevar al receptor una sola interpretación: la que le interesa al emisor. En ella percibe una sobredosis de datos, un exceso de información para decir lo mismo, para no dejar ninguna salida hacia la cual el receptor acuda. El mensaje autoritario impone un estilo y una estructura cuyo objetivo principal es impedir la participación del receptor.

Sus dirigentes poseen un enorme poder social que pueden reafirmar, derribar o construir actitudes y opiniones con respecto de cualquier fenómeno y permearlas a la sociedad hacia la que emite sus mensajes.

La televisión aparece de extenso campo de mensajes apoyadas por otros medios o estructuras de comunicación (masiva, grupales e interpersonales, por lo tanto posee gran influencia pero dista mucho de ser total).

Puede estar al servicio de los intereses del grupo económicamente más fuerte, como puede estarlo también al servicio de la educación, la cultura y la recreación.

La televisión impone patrones de comportamiento y necesidades artificiales en los cuales se vende prestigio a través de estatus falsos, se imponen frus-

traciones a cambios de objetos inalcanzables y super--
fluos.

Su penetración extraordinaria crea y destruye va-
lores, configura patrones de conducta, y se ha convertido
do en medio de instrucción para millones de niños y --
adolescentes.

2.2 FORMAS DE CONTROL SOCIAL EN LA TELEVISION

La televisión es considerada como un instrumento o técnica de control social que funciona como fuente de influencia creado por el hombre con una finalidad operativa.

Esta "influencia puede intervenir cuando hay de un lado, una fuente y, de otro un blanco". (15) Es de cir, que la fuente desempeña el papel de emisor de in formaciones con respecto a la norma mientras que el blanco es el receptor de influencia. La influencia ge neralmente es ejercida de la fuente hacia el blanco de la interacción. Esta fuente es la que denominamos mayoría y se refiere siempre al grupo, o a sus repre sentantes legítimos, o a las personas que de un modo u otro detentan el poder y recursos, gozan del presti gio de la verdad y de la norma, y expresan el sistema so cial en su conjunto, con todo ésto se determinan -- los elementos de la cultura.

Cuando existen opiniones diferentes a las de la mayoría, el individuo es señalado como un "desviado". El cual al agruparse con otros miembros no dispone de los medios que le permitirían concebir alternativas válidas.

(15) Moscovici, Serge. Psicología de las Minorías Activas. Ed. Morata. pág. 33

Grupos como la familia, escuela, etc., hacen lo posible por mantener el control social como fuerza dominante. En éstos grupos, la exigencia de continuidad, la necesidad de transmitir prácticas y valores, y de preservar las relaciones jerárquicas imponen una vigilancia constante del comportamiento individual y un control menos constante para prevenir o eliminar la desviación cuando se produce.

El ideal del control social que transmite la televisión es lograr el equilibrio, es decir, la difusión de una sola concepción de la realidad para toda la sociedad.

De ahí que mediante la dominación y el reforzamiento de los sistemas establecidos sean utilizados con el objeto de cambiar o de unificar al país, de acuerdo a quienes detentan el poder tecnológico, político, económico, cultural y religioso de los mexicanos.

Los poderes de cualquier tipo a través de la televisión manipulan la inteligencia y los sentidos de los mexicanos de acuerdo a intereses mercantiles o partidistas. La televisión controla la conciencia colectiva, creando en los mexicanos necesidades materiales que no pueden ser alcanzados originando frustración que puede convertirse más tarde en violencia.

Al lado del grupo dominante que ejerce el con--

trol social en México se encuentra la programación ex-
tranjerismo por las series que se transmiten con los
programas concretamente norteamericanos. Todos los --
programas tienen en común denominador: la violencia,--
el crimen, el asalto y el robo.

Según la Ley Federal de Radio y Televisión y ba-
sándonos en el artículo 59 bis, que dice que la pro--
gramación dirigida a la población infantil que trans-
miten estaciones de radio y televisión deberán propi-
ciar el desarrollo armónico de la niñez, estimular la
creatividad, la integración familiar y la solidaridad
humana; procurar la comprensión de los valores nacio-
nales y el conocimiento de la comunidad interperso- -
nal; promover el interés científico, artístico y soci-
al de los niños, propiciar diversión y coadyuvar al -
proceso formativo en la infancia, y los programas que
se transmiten en vivo, las series radiofónicas, las -
telenovelas, los teleteatros grabados, las películas_
o series para niños filmados, los programas de carica-
turas producidos, grabado o filmado en el país o en -
el extranjero deberán ajustarse a lo dispuesto en las
fracciones anteriores.

Pero la mencionada Ley y el artículo 59 bis no -
cumple porque

a) No se propicia el desarrollo armónico de la -

niños, con programas donde impera la violencia, en el caso de las series nacionales, la caricatura del niño que presentan es la de un atraso mental.

- b) No se estimula la actividad, la integración familiar y la solidaridad humana ya que en los programas extranjeros y nacionales, lo que se observa es la desintegración nacional familiar, y la solidaridad humana se destruye con bombas, muerte y asesinatos al por mayor.
- c) No procuran los programas extranjeros la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional.
- d) Jamás promueven las artes y el interés científico y social de los niños en los canales de televisión.

Los canales de televisión del Estado con falta de imaginación y creatividad no han logrado penetrar en la masa infantil y juvenil, si no han sido absorbidos por los grupos de comunicadores comerciales que creen que basta con colocar una capa y un antifaz a una persona para que se convierta en héroe de la niñez.

- e) No coadyuvan los programas extranjeros de televisión al proceso formativo en la infancia,

al contrario deforman al menor y lo inducen a formar grupos y pandillas como las que aparecen en la televisión y que en la vida diaria o real se traducen en robos, asaltos y asesinatos.

Actualmente Televisa constituye, el monopolio -- más grande de América Latina. Es la empresa privada -- con más canales de televisión.

Por lo tanto al ser el monopolio más grande es -- el principal transmisor de la ideología extranjera.

Características de la Programación de Televisa

Su programación se clasifica de la siguiente manera:

a. Información noticiosa: En el área de noticias la gente percibe la información como lo que es importante y trascendente, quedando aquellos hechos que no han sido reportados.

Los noticieros del gran consorcio televisivo dedican mucho tiempo a atacar a los países socialistas y a cualquier medida gubernamental que tenga para sus directivos, un aire de izquierda.

b. Programación de entretenimiento y drámatica: Televisa sigue proporcionándole al televidente sólo -- programas comerciales, telenovelas baratas, pésimas series norteamericanas y en general entretenimiento tor

pe. Nos ha ido imponiendo un sistema de vida ajeno, - estadounidense.

c. Cultural educativa: Poco a poco a ido incluyendo en su programación series que apenas entran en dicha categoría. Algunas presentaciones de intelectuales mexicanos, cuyas posiciones políticas son conservadoras y escasos filmes de calidad a horas avanzadas mientras que el grueso de los programas son enajenantes e invitaciones al consumismo, en una economía en crisis, son transmitidas en los mejores momentos de la tarde y de la noche.

d. Infantil: La gran masa de la población infantil es la más receptiva, para los niños, la televisión es una forma destructiva que expone la violencia cruda, el sexo burdo y la enajenación de las masas. Creada para el consumismo, la televisión es una arma de las transnacionales que existen en México y que suplen la calidad de sus productos con la cantidad de programas, con el puro afán mercantilista representado a través de sus comerciales.

Resumiendo podemos ver que televisa:

- Refuerza conductas estereotipadas, convirtiendo a los individuos en objetos, especialmente la mujer.
- Promueve usos de vida ajena a nuestra idiosincra

cia.

- Promueve el consumo de alimentos "chatarra" -- (frituras y golosinas) que afectan al mexicano y a su salud.

Concluyendo podemos decir que lo que el público considera de importancia general, no es en realidad el resultado de su propia decisión si no de quienes manipulan la información basados principalmente en el gusto con el objeto de mantener el producto atractivo y en consecuencia comercial y lucrativo. Obviamente, mientras menos individuos o grupos tomen parte del control de los medios, su influencia será mayor al verse disminuida cualquier competencia en posturas y puntos de vista. Definitivamente en nuestro contexto nacional el hecho de expresar una opinión o posición ideológica o política a través de los medios, resulta válido, puesto que la libertad que por naturaleza y derecho constitucional tenemos nos lo permite o mejor dicho, se lo permite a aquéllos que poseen el control de éstos medios. De ahí el peligro que hace al transmitirse únicamente dos otros puntos de vista, pues muchos otros sectores teniendo la representatividad social y por supuesto, el mismo derecho a expresar sus propias posiciones y opiniones, no tienen la difusión necesaria y continua como para darle fuerza so--

cial a sus argumentos y posturas, y por lo mismo, apa
rentan no tener validez, posiblemente, si no llegan a
transmitirse pareciera como si estas posturas no exis
tieran.

* → En la actualidad se ha presentado el fenómeno no
únicamente de concentración en pocas manos de un sólo
tipo sino que, además surge la diversificación pues -
se da el caso de que una misma empresa o empresas, --
controlen una serie de actividades relacionadas con -
la comunicación. Históricamente nuestro país y casi -
toda América Latina, ha seguido al modelo norteameri-
cano en lo que se refiere al sistema nacional de los_
medios de comunicación, y acarrea como consecuencia -
no sólo que adoptemos sus sistemas y patrones de comu
nicación social, sino que debemos aceptar también - -
gran parte de su producción y programación, la que a-
parte de ser vendida a nuestro país, está propiciando
una dependencia cultural sumamente peligrosa, ya que_
con frecuencia se transmiten programas especiales se-
an musicales o de otra índole dedicados a exaltar ar
tistas, músicos y costumbres norteamericanas, así co-
mo concursos de belleza, entregas de premios, etc. Es-
ta situación no sería perjudicial si estuviera balan-
ceada dentro de una perspectiva más universal con una
mezcla coherente de otras culturas extranjeras. Despu

és de la idiosincracia de otros pueblos nos hace valo-
rar mejor la nuestra; pero el hecho es que no existen
otras opciones más nacionalistas, más de acuerdo a nu-
estra realidad; otras opciones que recojan inquietu-
des de diferentes sectores sociales, que puedan ser -
plasmadas en una programación pluralista, respondi-
do a los diferentes valores de clase que existen en --
México.

Los medios deben servir no para la masificación,
sino para contrarrestarla, para estimular la creativi-
dad y no el consumo, para hacer crecer las identida-
des de los grupos, de las regiones y de los individu-
os.

3. CONCEPTO DE IDEOLOGIA

3. CONCEPTO DE IDEOLOGIA

Según Marcusse "los medios masivos de comunicación constituyen un instrumento para mantener cierta forma de totalidad que no se apoya en el terror, sino que opera por medio de la creación y al manejo de falsas - necesidades de entretenimiento, ocio, información y consumo individual. Estas necesidades le son impuestas al individuo por intereses creados, y que su existencia - misma sirva para mantener las actitudes y hábitos establecidos". (18)

Se puede decir que la televisión como medio de comunicación masiva contribuye a través del proceso de - influencia a mantener unido al sujeto dentro de un campo social. Esta influencia según Moscovici se puede definir "como el proceso que asegura el equilibrio del - conjunto social". (19)

- (18) Swingewood, Alan. El Mito de la Cultura de Masas. Ed. Premia editora. México 1981. pág. 75
(19) Moscovici, Serge. Introducción a la Psicología Social. Ed. Planeta. pág. 188

3.1 LA TELEVISION COMO MEDIO DE CONTROL SOCIAL

La televisión es el principal medio de comunicación a través del cual se trata de influir a los niños - para mantener el control social transmitiéndoles la -- ideología dominante.

La ideología dominante que transmite la televisión cumple con una función práctica ya que confiere al sistema cierta coherencia y unidad relativa. Al pene-- trar en las diversas esferas de la actividad individual y colectiva cimienta y unifica a la sociedad para lograr el control social.

Toda ideología, está programada para efectuar la disimulación u ocultamiento de la estructura real de la sociedad, así como las contradicciones sociales que se dan en su seno. El sistema ideológico hace aparecer las relaciones sociales en el proceso productivo como bien articuladas y formando un ordenamiento homogéño. "El modus operandi que caracteriza la ideología es en -- última instancia, hacer olvidar o silenciar estas verdaderas fuerzas motrices o, en otros términos, hacer -- perder de vista los orígenes del orden social existente, de tal manera que los individuos puedan vivirlo como un orden natural". (20) En otras palabras podemos --

(20) Mattelard, Armand. La Comunicación Masiva en el Proceso de Liberación. Ed. Siglo XXI. pág. 32

decir, que la ideología dominante dará al individuo - la ilusión que la sociedad en la cual vive y las relaciones reales que vive en ésta, se hayan situadas bajo el signo de armonía social.

En la sociedad capitalista, el medio de comunicación tiene una función esencialmente desorganizadora y desmovilizadora de las clases dominadas. Neutraliza y desorganiza dichas clases en tanto clases (y, en -- cambio, afianza la solidaridad en torno a la clase dominante y sus intereses). Los modelos de aspiraciones que vehiculizan, aislan a los individuos unos de -- otros. Se difunden modelos de comportamientos y aspiraciones competitivas e individualistas, organizando-las en función de los intereses de la dominación.

"Como instrumentos culturales agudamente persuasivos y ágiles movilizadoras de las conciencias de las masas, los medios contraen en su práctica productiva, difusora e inculcadora de ideologías, el carácter del programa imperante que los crea, los sustenta y los -- enmarca". (21)

Dichos aparatos no sólo esquivan el impulso y el fortalecimiento de la conciencia colectiva o prácticas disidentes sino que, a través de la organización y dirección funcional de la esfera económica, jurídico-política y cultural, actúan sobre la estructura ma

(21) Esteinou, M. Javier y otros. Seminarios de Comunicación Social. UAM-A. pág.24

terial y social de la formación capitalista colaborando a satisfacer las necesidades superestructurales -- que requiere la supervivencia y renovación del capi--
tal.

El medio de comunicación de masas está encargado de crear el conjunto de representaciones colectivas a través de la producción, y radiación e incálcación masiva de sus discursos, que conservan y defienden el - proyecto dominante de reproducción del capital.

En los períodos en que el grupo dominante mantiene la cohesión y dirección de la sociedad acude prioritaria y fundamentalmente a sus aparatos ideológicos con objeto de legitimar y reorientar a un menor costo social, la presencia conflictiva de la clase que sustenta y representa. "Con el fin de conservar el equilibrío que requiere el imperio del capital, los dirigentes a través de sus acciones, se ven permanentemente obligados a dominar y a organizar alrededor de suproyecto histórico, al sistema global de comunicación e información, y muy en particular, a los medios de - difusión colectiva. De éstos últimos prioritariamente monopolizan a los de tecnología más avanzada puesto - que son los que le ofrecen mayor poder de creación de concenso y de subordinación colectiva". (22)

En la medida en que la clase dominante monopoli-

(22) Martínez, J.M. Para Entender los Medios: Medios de Comunicación y Relaciones Sociales. Ed. Amorrortu. pág. 114

za a los medios de producción y domine la estructura del poder de la información, será su visión particular del mundo la que tendrá que imponerse como visión general de ese mismo mundo.

Esto significa que el control de la opinión pública es el mejor instrumento para garantizar el buen funcionamiento ideológico. Es necesario para la clase de difusión, ya que a través de éstos la clase dominante difunde la información seleccionada, organizada y disciplinada que le capacita para refuncionalizar colectivamente su programa de explotación y subordinamiento social.

En conclusión podemos decir, que es en ésta forma como los establecimientos de difusión social son controlados y legitimados parcial o totalmente, por la clase en el poder, convirtiéndose, según el grado de su subordinación, en sus principales aparatos ideológicos de dominación mental. A través de ello, la clase en el poder construye masivamente su hegemonía cultural que le permite existir, reproducirse y transformarse como sector dominante.

4. PROCESOS PSICOSOCIALES BASICOS

4. PROCESOS PSICOSOCIALES BASICOS

4.1 INFLUENCIA SOCIAL

El proceso de influencia social constituye el interés central de nuestra investigación. Pues en dicho proceso los seres humanos están orientados hacia otros seres humanos dentro de su medio, y la influencia social se manifiesta cada vez que un individuo responde a la presencia de otros u otros. Esta influencia puede estar relacionada con el efecto recíproco de una persona sobre otra en la interacción social, por consiguiente, la mayoría de nuestras características incluyendo nuestra personalidad y los valores y actitudes relacionados con ella son, de uno u otro modo, influidas por la interacción social.

Resumiendo podemos decir que la conducta social depende de la influencia de otros individuos y la interacción social es una de las claves de éste proceso. De ahí la necesidad de remitirnos a la teoría de la influencia social ya que es un proceso psicosocial básico para entender el comportamiento del individuo o del grupo en el sistema o en el ambiente social.

Esta teoría de la influencia social según el proceso de la investigación está estudiada desde dos mode

los diferentes, por un lado, se encuentra el modelo -- funcionalista y por el otro, el modelo genético.

Desde el modelo funcionalista la influencia es -- considerada como una fuente de informaciones normati-- vas y está representada por la mayoría, utilizando de_ blanco a la minoría. Esta mayoría va a estar represen-- tando a una autoridad que goza del prestigio de la ver_ dad y de la norma, con ésto puede verse que el modelo_ hace que la influencia se confunda con el poder, ya -- que en éste caso la mayoría posee y representa a la -- norma dominante. También desde éste punto de vista la_ mayoría es considerada como el cambio activo, mientras que la minoría es reducida a una pasividad total, pero nosotros podemos ver que ésto es aparente, pues ésta - pasividad es percibida desde la norma. Aunque se vea_ que la minoría acepta la norma ésto no quiere decir -- que este totalmente de acuerdo con ella.

Ahora bien, cuando la minoría trata de reflejar - un punto de vista diferente son considerados como des- viantes, los cuales van a ser combatidos bajo presio-- nes para reducirlos y poder restablecer el equilibrio. Para evitar el desvio, los individuos que dirigen el - grupo tienen la misión de definir la realidad válida_ para todos. El establecimiento del equilibrio, por un_ lado, y la reabsorción de la desviación, por el otro -

son las dos facetas del control social, ya que las informaciones que transmite el control social es normativa. Pues para que exista es necesario que los individuos posean las mismas normas, valores, los mismos critérios de juicios y que todos los acepten y se refieran a ellos. De ésta manera es percibido como único y semejante para todos, pero el hecho de que el entorno sea percibido de igual manera, no quiere decir que éste -- sea unificador.

El objetivo específico del control social consiste en uniformar a todos, ya que cuando más lejos se -- lleve el proceso de identificación y desindividualización, mejor sera la adaptación de cada individuo a los otros y al entorno.

También para lograr que se acepte la influencia -- es necesario que ésta se dirija hacia la eliminación -- de las incertidumbres que amenazan su integridad y su identidad. El modelo señala en éste caso que se hace -- necesario que se acepte la influencia a cambio de reducir las incertidumbres.

Para el individuo o la minoría, su incapacidad para determinar los contornos de un objeto, en éste modelo, es lo que incita a apoyarse en la opinión de sus -- semejantes, de ésta manera la resolución de las incertidumbres, está determinada por la dependencia.

Sin embargo aunque busque el apoyo en la mayoría, perciben el objeto de diferente manera, en ese momento la dependencia se cuestiona. Pero la dependencia sigue siendo la clave en el modelo funcionalista, ya que ciertos sistemas de comportamiento determinan respuestas - análogas frente al entorno físico y social. Esta unanimidad asegura una reducción de la ansiedad latente y - la cohesión del grupo, de donde que goza el sistema de respuesta, se convierte en la norma que sirve para definir los tipos de sanciones necesarias para la cohesión. De ésta manera la dependencia de los minoritarios se explica por la tendencia al mantenimiento del estatuto, ya que cuando los miembros minoritarios están colocados en una situación en que la aprobación social es vital, no tienen otra salida que la sumisión a la norma. Por consiguiente la satisfacción de la necesidad reduce el conflicto intraindividual e interindividual, aumentando la dependencia de la minoría con respecto a la mayoría.

Concluyendo, vemos que el modelo funcionalista se preocupa por estudiar la conformidad social, la desindividualización, el control social en un sistema social supuestamente óptimo y estable. Este modelo es estático y generador de dependencia.

Por otro lado el modelo genético, se centra sobre

la necesidad del reconocimiento y explicitación del --
conflicto.

En éste modelo los miembros son considerados al --
mismo tiempo como emisores y receptores de influencia;
son activos tanto los emisores como los receptores, ya
que participan en el establecimiento de las normas y --
tratan de modificar recíprocamente sus comportamientos
y sus opiniones.

A través de esfuerzos, éstos agentes sociales --
ejercen una presión sobre la sociedad o grupo para in-
citarlo a transformarse. De ésta manera la novedad tie-
ne más oportunidad de florecer siempre y cuando corres-
ponda a los objetivos de los miembros de la sociedad.
Es así como puede verse que no es a la mayoría o a --
cualquier otra forma de dependencia a lo que se debe --
atribuir la modificación del campo psicosocial, sino --
a la organización. Por lo que toca a la consistencia --
del comportamiento, tiene una fuerza de impacto que no
se puede referir ni a una diferencia de aptitud ni a --
una dependencia explícita. Las causas del impacto son --
notables en la relación entre los procesos de influen-
cia y el dominio del entorno, dominio que podría ser --
asociado a los fenómenos de atribución, pues cada indi-
viduo o grupo social, organiza y asegura el conocimien-
to que tiene de éste entorno, es aquí donde la consis-

tencia de las respuestas del grupo puede explicarse el conformismo del individuo.

De la sustitución de la dependencia del estilo -- del comportamiento como fuente de influencia conduce -- a dos consecuencias, la más evidente es; una minoría -- puede modificar las opiniones o las normas de un grupo con tal que, la organización de sus acciones, la expresión de sus opiniones y de sus juicios obedezca a las reglas que se expongan. La segunda consecuencia depende aún más del nivel intelectual porque establece una relación directa entre el estímulo y la respuesta. Cuando una persona se haya formado una opinión o un juicio de un objeto o un estímulo, se atenderá a juicios -- similares que cualquier otra persona tenga a propósito del objeto o estímulo. Si no es así, si otra persona -- expresa un punto de vista divergente entonces nacerá -- el conflicto. Este conflicto presenta dos aspectos, -- cognoscitivo e interpersonal. A nivel cognoscitivo el sujeto tiene la posibilidad de resolver su incertidumbre tendiendo hacia la posición del otro; el conflicto que existe a nivel interpersonal a medida que la interacción se desarrolla viene a contrarrestar esa tendencia porque la consistencia del compañero aporta una dimensión manifiesta una voluntad de no conceder nada. Adoptar su opinión significaría ser influido. En esas

condiciones, la única salida que queda a medida que la interacción se desarrolla es intentar acentuar las divergencias, es decir polarizar. De ésta manera el conflicto interpersonal queda resuelto, puesto que cada uno tiene sus propias respuestas y las diferencias de juicios pueden ser justificadas como arbitrarias. Al contrario, si a lo largo de la interacción el compañero llega a abstenerse, entonces el sujeto se sentirá más libre de aceptar sus juicios y opiniones. El conflicto cognoscitivo es prevalente en éste caso pues si existen dos respuestas divergencias para un mismo objeto. De ahí que las respuestas del otro puedan ser tomadas en cuenta puesto que ya no están relacionadas con alguien ajeno, en tales condiciones ya no tiene porque aparecer el otro sujeto como agente de influencia al que hay resistir; ahora va estar transformado en un informador potencial. El cual al ponerlo en presencia de juicios o de percepciones contradictorias basta, para sembrar la duda en cuanto a las opiniones mejores establecidas, pues si uno de los miembros responde de manera diferente al grupo entero se siente amenazado. Es así como puede verse que aunque las minorías no poseen un estatuto elevado ni mucha autoridad, poseen el poder de rechazar o de negar el consenso.

En conclusión puede verse que cada forma de influ

encia corresponde a una manera de abordar el conflicto social cuya evolución sigue una dirección determinada por el estilo del comportamiento de la minoría y el -- proceso de interacción entre mayoría y minoría como el proceso de negociación del conflicto. Por último podemos destacar que en el modelo genético la estabilidad del sistema es sólo un momento dentro de un proceso de cambio social. En éste modelo el estudio de la influencia social aparece como tema principal cuando se quiere analizar la interacción creativa de las minorías.

Otros procesos psicosociales básicos que intervienen en el proceso de influencia son: la representación social y la categorización social, de las cuales se va a retomar lo que consideramos más significativo que ayudará a complementar la teoría de la influencia.

1) La representación social es un instrumento por el cual el individuo o grupo conoce su entorno; uno de los niveles donde las estructuras sociales son accesibles, dicha representación desempeña un papel en la -- formación de las comunicaciones y de las conductas sociales.

Al entrar en relación con gentes, cosas tenemos un contenido en nuestro espíritu que corresponde a nuestro juicio y conocimiento de cada cosa, persona y -- grupo. La representación social es una construcción de

lo real, y se da por una percepción. Se le ha asignado un papel de mediación entre actividades perceptivas y cognitivas.

Estas representaciones nos permiten considerar la gama de interacciones partiendo de los individuos a muchos grupos de una sociedad, ellas se presentan en nosotros de manera casi material. En todos los casos la representación es mediatizada por el lenguaje.

La representación que tienen los individuos con otros grupos se formará con relación a la suya. Dicha representación dará prueba del impacto de la ideología dominante o de las posibilidades de distanciaci3n con respecto a ella constituirá el esfuerzo para asimilar un razonamiento, compartir una experiencia extraña o por el contrario para mantener una distancia y conservar la autonomfa de la visi3n propia.

Moscovici define la representaci3n como un "universo de opiniones" (23) y las analiza en varias dimensiones como: actitud, la informaci3n y el campo de representaci3n.

La actitud expresa la orientaci3n general positiva o negativa frente al objeto de la representaci3n.

Informaci3n cantidad y calidad de lo que sabemos o lo que sabe el grupo.

Campo de representaci3n organizar, sistematizar -

(23) Op. cit. pág.399

dar una jerarquía hasta donde llega nuestra representación social.

En la formación de una representación social toma como primer punto la objetivización, que desde el psicoanálisis se distingue en dos etapas, la primera va de la teoría a su imagen o sea una retención selectiva de información en donde Moscovici la introduce en un esquema figurativo centrado en la oposición entre lo consciente o inconsciente, en la existencia de un mecanismo nocivo.

La segunda deja de ser una elaboración abstracta, utilizando los conceptos que son verdaderas categorías del lenguaje y el entendimiento.

Dentro de éste esquema se pueden encontrar factores externos o internos. En donde lo interno en la representación es el individuo en su participación en el origen de su estado, lo externo en el modo de vida que lleva a cada uno, éste punto es muy importante porque de ésta manera el individuo puede mostrar la multiplicidad de las informaciones circulantes en la sociedad como el conjunto de sus experiencias individuales y colectivas.

Concluyendo, para nosotras la representación social es la manera que el individuo percibe y construye juicios, normas y valores dentro de su entorno social.

La representación varía dentro de un mismo grupo debido a la información y actitud que tenga un individuo.

El individuo puede mostrar la multiplicidad de las informaciones circulantes en la sociedad como el conjunto de sus experiencias individuales y colectivas ya que se encuentran en una posición entre individuo-modo de vida.

Moscovici al proponer distinguir una determinación social dirigida sobre aspectos cognoscitivos y expresivos hace una combinación de experiencias individuales y colectivas y de factores motivacionales y normativos que corresponden a ciertos aspectos precisos.

Por tal motivo las representaciones no sólo marcan el lugar en el cual el individuo se encuentra, sino la manera en que la representación social y la conducta están unidas para saber actuar en la sociedad.

Al tomar en cuenta las actitudes propias del sujeto y la representación que tiene del otro se influyen recíprocamente.

Categorización Social

"Se entenderá por categorización los procesos psicológicos que tienen a ordenar el entorno en términos de categorías: grupos de personas, de objetos, de acontecimientos en tanto que son (o grupos de algunos de sus atributos) en tanto que son ora equivalentes unos a otros para la acción, las intenciones o las actitudes de un individuo" (24)

Una de las principales características del comportamiento social consiste en adaptarse a los incessantes cambios que aparecen en la relación de un individuo con su entorno social estando a su vez basada ésta adaptación en los cambios incesantes que se producen en su manera de estructurar, de sistematizar y de ordenar su entorno social. La categorización debe estar adaptado al entorno, y la información recibida del entorno debe adaptarse al sistema de las categorías existentes. De ésta manera las relaciones del individuo con su entorno social explican la importancia que adquieren la selección y la transformación de la información.

Nos interesamos por el problema de los "valores" en el contexto de la categorización social: 1) cuando un término que tiene un valor connotativo ("bueno" o "malo", "amado" o "detestado", "bonito" o "feo", "sa-

(24) Op. cit. pág. 351

ludable" o "peligroso", etc.) es fácilmente aplicable a una categoría social utilizada por un individuo; 2) cuando dos o más categorías difieren unas de otras según un grupo o varios grupos de valores connotativos (por ejemplo: cuando una es "mejor" y/o "más querida" y/o más "bella" y/o más "útil" que otra.

Los valores sociales ejercen también la misma -- clase de influencia en la asignación de categorías.

La "identidad social" de un individuo se halla -- relacionada con el conocimiento de su pertenencia a -- ciertos grupos sociales y con la significación emocio_ nal y valorativa que resulta de ésta pertenencia. Es_ evidente que, en toda sociedad compleja, un individuo pertenece a una gran cantidad de grupos sociales y -- que la pertenencia a ciertos grupos será muy importan_ te para él mientras que la pertenencia a otros no lo_ será.

Del hecho de que un individuo pertenezca a un -- grupo se desprenden varias consecuencias, las cuales_ están en estrecha relación con el "reconocimiento de_ la identidad definida socialmente.

Ningún grupo vive aisladamente, en una sociedad_ los grupos viven en otros grupos.

Quando un individuo trata de conservar su perte_ nencia a un grupo, busca adherirse a otros grupos si-

éstos últimos pueden reforzar los aspectos positivos -
de su identidad social.

4.2 PROCESO DE SOCIALIZACION

Desde su aparición en el mundo, los seres humanos se hallan rodeados de contactos sociales que son impre-
cindibles para su sobrevivencia. La sociabilidad es --
una necesidad que impulsa al hombre a vivir en socie--
dad a relacionarse con los demás y a huir del aislami-
ento.

"Se llama socialización al proceso de aprendizaje_
social mediante el cual se adiestra al niño en las ac-
titudes, creencias y conductas propias de su cultura".

(25)

La socialización incluye todas las instancias a -
través de las cuales un sujeto humano se hace indivi--
duo. Ser un individuo, implica individualizar en una -
persona aquellas características generales que conno--
tan la sociedad.

Las sociedades generan en su propio seno las vías
y los vínculos para efectuar la actividad de socializa-
ción. El objetivo de la socialización consiste en lle-
var al individuo a conformarse de buena voluntad a los
usos de la sociedad y de los grupos a los que pertene-
ce.

La socialización se lleva a cabo a lo largo de to

(25) Morgan, Clifford. Breve Introducción a la Psicolo-
gía. Ed. Mc. Graw Hill. pág. 350

da la vida, aunque su acción aparezca más acentuada en las primeras etapas de existencia. El sujeto adulto -- también en un momento determinado de su vida debe incorporarse a nuevas situaciones, grupos distintos, etapas cruciales de las que dependerá en sentido de buena parte de su futuro. En todos éstos momentos, deberá -- aprender nuevas pautas, nuevas conductas, realizar nuevas adaptaciones.

Podemos asociar e identificar la socialización -- con el proceso de ideologización de una sociedad. La -- ideología se manifiesta a través de un sistema de representaciones, imágenes, actitudes concretas que tienden a procurar la cohesión social.

4.2.1 PRINCIPALES AGENTES SOCIALIZANTES

a) La Familia

El sujeto, desde los primeros compases de su vida va formando su personalidad social gracias al contacto que establece con la sociedad y la cultura, y a través de los llamados agentes de socialización.

El niño quien nada sabe de los designios de la so
ciudad, sus manifestaciones y repercusiones, inicia el proceso de socialización a través de su indispensable relación con quienes lo han traído al mundo y quienes garantizan su existencia.

Podemos considerar la familia como vínculo de transmisión cultural que interioriza las normas y valores sociales.

La familia capta los valores de la sociedad a la que pertenece y, por tanto, transmite al niño normas y valores sociales. Y configura las pautas básicas de la personalidad de un sujeto de acuerdo con las nociones ideológicas. Hará hincapié en cada uno de esos factores que el niño deberá aprender para pasar a ser un miembro de la sociedad a la que pertenece.

El aprendizaje acerca del respeto a la autoridad y todas las formas posibles de interacción social son son

generadas y aprendidas dentro de estos marcos y desde ellos pasan a organizaciones más amplias.

Las autoridades superiores deben ser obedecidas - como se ha debido obedecer a quien nos enseña lo que se debe y no se debe hacer, lo que está bien y lo que está mal. Este tipo de relaciones son llamadas verticales.

b) La Escuela

La escuela es el centro del mundo del niño fuera del hogar y absorbe más de la mitad de las horas de vigilia de cada día de la semana de labores.

El maestro es el centro del mundo del niño fuera de la familia inmediata que desempeña un papel destacado en la vida del pequeño, y en muchos casos actúa como padre o sustituto. Algunos maestros ayudan a los niños a vencer impedimento o deficiencia y a que el mayor partido de sus talentos e intereses en tanto que otros, que fundamentalmente están incapacitados para trabajar con niños o con un grupo de niños especiales o un sólo niño distinto de los demás pueden obrar en grave detrimento de sus alumnos. Como otros agentes de socialización, los maestros hacen sentir sus influencias a través del modelamiento al reforzar determinadas respuestas y desalentar otras.

Los niños pequeños pueden imitar la conducta de sus maestros, sobretodo si éstos le parecen atractivos y les dan recompensas, generalmente los niños toman como modelos a los maestros que adoptan actitudes positivas, pero los efectos varían de acuerdo con el sexo y la clase social.

También el tamaño de la escuela a la que asiste el niño puede influir en su desarrollo social de varias maneras. Los estilos de disciplina o de exposición de los maestros pueden variar con el tamaño de la escuela. Los maestros de las escuelas grandes, que tienen grupos numerosos, tienden a ser más formales en su enfoque y más propensos a utilizar el control, las restricciones y la orientación directa como técnicas disciplinarias, así como hacer hincapié en las reglas de la vida social. En las escuelas pequeñas la atmósfera es más libre e íntima, con grupos poco numerosos y ahí los maestros mantienen más interacción con sus alumnos y es menos probable que impongan reglas de conducta restrictiva.

En conclusión la escuela viene a ofrecer al niño unas formas nuevas y unas pautas sociales que deben transmitirse dentro de una sociedad o grupo concreto.

c) Medios de Comunicación Masiva (Televisión)

Los medios de comunicación de masas, especialmente la televisión, contribuyen a regular las conductas, actitudes, normas y valores de los niños, tanto para -- bien como para mal.

Los niños pasan gran cantidad de horas viendo la televisión y su influencia es predominantemente noci-- va, el potencial de la televisión causa efectos que -- pueden ser positivos e incrementadores de la actividad prosocial, o negativos y fomentadores de la conducta - agresiva, lo mismo física que verbal y con mayores ac- titudes agresivas. La televisión posee potencial de -- ser igualmente útil para fomentar la conducta social - deseable para el sistema que prevalece.

El efecto de la televisión sobre el niño igual -- que el de las películas depende de lo que recuerde, de cuanto comprenda y de que se identifique o no con los personajes que aparecen en la pantalla.

Si se identifica con un personaje deseable la identifi- cación será más benefica que nociva para el grupo en - el poder, pero si se identifica con un personaje que - encarna unas normas morales desaprobadas sería rechazado y señalando como un desviante.

Cuando las necesidades del niño no son satisfi-- chas en la vida real y usan la televisión como mecanismo

mo de escape tendra mayor influencia sobre sus actitudes y conducta que si no tuviera necesidad de huir a un mundo sustitutivo. Como muchos de los programas que ve el niño especialmente al anochecer, no estan dirigidos a la infancia no siempre comprende lo que ve. Una comprensión parcial y la distorsión del sentido del programa, pueden ser más nocivas que la falta total de comprensión.

Cuando un niño carece de aceptación social, puede convertirse en un espectador ávido de la televisión. Entonces se vuelve más asocial y establece adaptaciones sociales peores porque queda privado de las experiencias de aprendizaje que tienen sus compañeros.

También los niños que se quedan a ver la televisión después de la hora habitual de irse a la cama, duermen demasiado poco.

La mente del niño tiene una tendencia natural a repetir durante la noche lo que ha visto u oído antes de acostarse.

Al día siguiente como las impresiones se hacen más profundas cuando el niño las cuenta o dramatiza al jugar. Los niños tienen una fuerte tendencia a la participación en argumentos vistos u oídos, de tal forma que en sus recuerdos o los sueños, el niño se pone así mismo y a su familia en lugar de las víctimas, intensi

ficando las reacciones emocionales insanas, muchas veces hasta el grado de una terrible lucha de una amenaza aterrizante, de su seguridad o de su familia.

Lo que el niño ve en la televisión es tan real -- que las actitudes que adopta después de ver los programas suelen ser transferidas a situaciones de la vida real.

En conclusión los medios de comunicación por su acción persuasiva tienden a reforzar las condiciones ya existentes en la sociedad.

5. METODOLOGIA

5 METODOLOGIA

Los cuestionarios tuvieron como finalidad el buscar información acerca de algunos programas de televisión en especial las caricaturas para detectar si existe influencia de éstos hacia el comportamiento agresivo tratando de encontrar de que manera se ejerce el control social en los niños.

Como primer paso se tomo una muestra de 60 individuos de 8 a 11 años de edad, de las escuelas primarias "24 de Febrero" y "Lic. Antonio Díaz Soto y Gama" de 3er y 5o grado respectivamente a los cuales se les aplicó un instrumento piloto de 86 preguntas.

La aplicación de éste instrumento se realizó en dos fases: la primera el día 6 de octubre y la segunda el 8 del mismo mes. De los resultados obtenidos se seleccionaron los reactivos más significativos, quedando el cuestionario definitivo con un total de 55 preguntas.

Para la evaluación del mismo se constituyeron varias categorías (ver anexo A), las cuales en algunas preguntas se repatían por llevarnos a una información similar. Estas categorías se seleccionaron auxiliándonos de la programación que en esos momentos predominaba.

ba en la televisión, y también con el cambio de programación que se realizó en esas fechas, ayudándonos para tener una mejor visión y poder comparar los programas entre sí y así obtener una mejor información para nuestra investigación.

★ Para la aplicación del segundo instrumento se seleccionaron al azar 120 sujetos de 8 a 11 años de las escuelas primarias "24 de Febrero", "Lic. Antonio Díaz Soto y Gama" y "Francisco Sarabia".

Esta aplicación se realizó el mes de noviembre - el día 18 en la escuela "24 de Febrero", el 19 en la escuela "Francisco Sarabia" y el 21 en la escuela "Lic. Antonio Díaz Soto y Gama", tomando 40 alumnos de cada escuela, entre las edades ya mencionadas y de ambos sexos aplicándose por secciones; primero a los niños de 8 y 9 años y después a los de 10 y 11, procurando que no hubiera comunicación en el momento de contestarlo, para evitar distorsión en las respuestas.

Posteriormente se ordenaron los cuestionarios por escuela, edad y sexo; además se enumeraron en forma progresiva de 001 a 120. Se analizaron las respuestas en base a las categorías ya mencionadas para hacer un censo y agruparlas en las subcategorías que les correspondían. Cada pregunta constaba de una cate

goría y a su vez se enumeraron las subcategorías dejando el número 9 a la opción no sabe, no contestó o no entendió la pregunta. Esta numeración nos ayudó para manejarlo en la computadora correspondiéndole también el número a los datos de identificación de edad, escuela y sexo.

Se vaciaron los datos en hojas especiales desde el sujeto 001 al 120 con sus respectivas respuestas - (55 algunas de ellas explicando el por qué) como lo muestra el cuestionario.

Esto nos sirvió para crear un archivo en la computadora, y posteriormente pedirle frecuencias y los cruces de edad, escuela y sexo; con relación a las 55 preguntas del instrumento.

Dichos cruces nos dieron la facilidad de poder analizar el tipo de respuesta de acuerdo a la edad y sexo; no se tomo en cuenta la escuela por el hecho de que no existió variación en las respuestas, ya que éstas no sirvieron para establecer alguna diferenciación entre las zonas escolares.

Para hacer un cruce de variables se debe considerar que la muestra represente el comportamiento de algunas variables o fenómenos de la población; debe evitarse correlacionar indicadores de fenómenos para los cuales no se garantice que la muestra es representa--

tiva.

Los indicadores hacen que los individuos o grupos especiales posean ciertos atributos o características que les hacen similares entre sí, los diferencian en forma total o en grados o modalidades. Ciertas variables permiten ubicar a los individuos según la magnitud o el grado con que poseen el atributo o característica.

El análisis de los cruces nos sirvió para explicar las respuestas en base al tema elegido, después se hizo una pequeña correlación de nociones que nos auxiliaron para un mejor entendimiento de las respuestas orientándolo hacia el tema elegido.

6. ANALISIS ESTADISTICO

6. ANALISIS ESTADISTICO

1. La Televisión

En un principio la televisión era un medio de comunicación cuyo acceso no era fácil, dado el alto costo de éstos aparatos; poco a poco al bajar los precios, se fue ampliando pudiendo afirmarse que en la actualidad se ha extendido de una manera bastante uniforme por todas las capas de la población.

En México podemos observar como, hasta en el nivel socioeconómico más bajo (en el cual no hay suficientes ingresos muchas veces para satisfacer las necesidades primarias de una manera adecuada) es muy probable encontrar un aparato de televisión. Pues éste medio de comunicación, puede suplir otras formas de entretenimiento, en todos los niveles socioeconómicos.

La televisión como medio electrónico de comunicación social, tiene un papel muy importante y una función potencial en las sociedades actuales.

A la televisión se le atribuye como tarea principal la de contribuir a la integración de la sociedad y al mejoramiento de las formas de convivencia humana debido a que en los últimos años se le ha descubierto su capacidad para influir en diferentes niveles de la

conciencia individual.

Por su cobertura y profundidad de acción la televisión es el medio más importante de la época; por lo que se hace necesario estudiarlo entendiéndolo que es un instrumento político, económico, educativo, cultural, etc.

La televisión por su presencia continua en el hogar y por lo vivido de sus mensajes visuales y sonoros ocupa un lugar importante en la educación de los niños, sus historias y personajes difunden insistentemente lo que es deseable, exitoso, satisfactorio o importante.

Este aparato logra atraer a un gran número de niños porque por medio de él se distraen, emocionan, educan y se mantienen ocupados y sobretodo porque está al alcance de todos. Por ésta razón los niños pasan la mayor parte del día viendo y seleccionando los programas de televisión.

1.1 Entretenimiento

La televisión es considerada por los niños como un aparato por el cual buscan la diversión y el entretenimiento. Esta diversión la proporcionan los programas a través de la acción y el entretenimiento puede verse en el tipo de función que en el programa se rea

liza.

Según los resultados obtenidos en nuestro estudio pudo observarse que los niños encuentran el entretenimiento principalmente en los programas policíacos y de tipo dramático como son: las telenovelas y películas, que se transmiten en la noche principalmente. Esto puede verse en la tabla que a continuación se presenta:

Programas nocturnos que prefieren ver los niños

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Entretenimiento	11	34	45
	24.4	75.6	37.5
	18.6	55.7	
	9.2	28.3	
2. Infantil	7	8	15
	46.7	53.3	12.5
	11.9	13.1	
	5.8	6.7	
5. Deportiva	1	0	1
	100.0	.0	.8
	1.7	.0	
	.8	.0	
6. Dramática	34	14	48
	70.8	29.2	40.0
	57.6	23.0	
	28.3	11.7	
9. No contesto	6	5	11
	54.5	45.5	9.2
	10.2	8.2	
	5.0	4.2	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

De acuerdo a la tabla anterior los programas se clasifican según el tipo de televidente que se quiere influir.

El contenido de éstos programas de televisión reafirma constantemente los roles sexuales. Generalmente en éste tipo de programas la noción de poder se le asigna al rol que desempeña el sexo masculino y la noción de amor se le asigna al rol del sexo femenino.

Los niños prefieren ver más programas de entretenimiento que las niñas. Porque en ellos se presenta al hombre como prototipo de la fuerza física. Las niñas prefieren ver más programas dramáticos que los niños. Como son principalmente las telenovelas, ya que éste tipo de programación está estructurada con la finalidad de reforzar el papel que desempeña la mujer en la familia.

Basandonos en lo anterior podemos decir que el niño puede aprender por ejemplo que las personas de su sexo se comportan de manera diferente a las del otro sexo. Estas indicaciones, los encauza a la manera como desempeñarán sus roles en la edad adulta, pues no sólo se limita en general a las actividades que se consideran "propias de su sexo", sino también sus gustos. Este tipo de programas se presentan cons

tantemente para que los niños desempeñen un papel social determinado por el sexo. También a través del contenido de ésta programación los sujetos que la reciben se forman toda una concepción de la realidad social que les rodea.

De la población estudiada que son 120 niños de tres escuelas diferentes encontramos que el 68.3% de los niños al seleccionar los programas, les agrada ver más las caricaturas como puede observarse en la siguiente tabla:

Principales programas que ven los niños en la tarde

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Entretenimiento	2 66.7 3.4 1.7	1 33.3 1.6 .8	3 2.5
2. Infantil	41 50.0 69.5 34.2	41 50.0 67.2 34.2	82 68.3
3. Cultural	0 .0 .0 .0	2 100.0 3.3 1.7	2 1.7
6. Dramática	12 46.2 20.3 10.0	14 53.8 23.0 11.7	26 21.7
9. No contesto	4 57.1 6.8 3.3	3 42.9 4.9 2.5	7 5.8
TOTAL	59 49.2	61 50.8	120 SUJETOS 100%

Otra observación importante sería que el horario de las caricaturas está programado de tal manera que es accesible al tiempo libre que tienen los niños por que están destinadas a ellos. Definimos al tiempo libre como: "aquel que es utilizado por el niño para -- distraerse o entretenerse" (comprendido aproximadamente de las 14:00 a las 19:30 p.m.)

Las caricaturas son televisadas durante varias horas porque a través de ellas se quiere influir en la conducta de los niños para asegurar el futuro mantenimiento de la ideología dominante y el control social. También a través de éstas se influye en los niños para que adopten una conducta conformista y acepte todo lo que la televisión les presenta sin protestar de una manera activa. Con las situaciones que presentan las caricaturas los niños se idealizan y se conforman con pertenecer a determinada clase social.

Ahora bien, los niños no sólo buscan de ver caricaturas en ese intervalo de horas, ya que aunque existe una mayor audiencia hacia éste tipo de programa, podemos observar basandonos también en la tabla anterior que después de las caricaturas están las películas en el gusto de los niños ya que el 21.7% de nuestra población les agrada verlas. Estas películas suelen ser muy entretenidas debido a que en sus argumen-

tos siempre hay un misterio, seguir a un sospechoso o detener a un delincuente, todo ésto precedido por una serie de acciones que ejecutan el personaje principal que no dejan reposar la atención del espectador.

También tomando como referencia los días de la semana podemos decir que sábados y domingos las niñas ven más programas de caricaturas que los niños. El gusto de los niños varia en éstos días, viendo sábados más programas de entretenimiento y los domingos más deportes ya que en éste día los deportes ocupan un gran número de horas dentro de los programas de televisión (ver anexos 1, 1.1 y 1.2)

2. Conflicto

El conflicto según los datos obtenidos en nuestra investigación podemos definirlo como: "la lucha que se da entre el bueno y el malo para lograr el poder".

2.1 Nociones de "bueno" y "malo"

La temática principal que presentan las caricaturas está basada en el conflicto que se da entre el bueno y el malo, a través de éste conflicto se representa al sistema capitalista ya que el "bueno" es aquel que siempre va a estar representando a la ideología dominante y manteniendo el control social, el cual los niños van a identificar como el héroe del programa. Por medio del bueno los niños se forman la representación social que a la clase en el poder favorece. Esto puede encontrarse en la tabla siguiente:

La lucha contra el mal

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Bueno	27	41	68
	39.7	60.3	56.7
	45.8	67.2	
	22.5	34.2	
2. Malo	1	6	7
	14.3	85.7	5.8
	1.7	9.8	
	.8	5.0	
9. No contesto	31	14	45
	68.9	31.1	37.5
	52.5	23.0	
	25.8	11.7	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

Al analizar esta tabla encontramos que para los niños el héroe (bueno) lucha contra quienes quieren dañar a los demás (malo). De esto deducimos que por medio de los héroes de las caricaturas se les hace creer que son los superhombres, los únicos capaces de resolver los problemas sociales e influirles que este héroe está luchando constantemente por el bien de la sociedad (ver anexo 2).

Estos personajes son parte de una mecánica social para obligar a creer a los infantes que sólo un grupo limitado de individuos puede solucionar los problemas de la sociedad. El héroe es presentado entonces como el único ser de la sociedad que puede lograr la justicia castigando a los malos, de esta manera se le condiciona para que acepten la hegemonía de una clase dominante en base a una pretendida superioridad de sus integrantes. Esta lucha contra el mal les enseña a los niños que el héroe es el único que tiene la oportunidad de emprender acciones que les son negadas a la colectividad.

Estos héroes son el reflejo de nuestros hombres de acción, son los emisarios de la clase dominante que decide el destino de las mayorías no sólo a nivel político y económico, sino mediante la imposi-

ción de su cultura que se presenta como utopía de todos. Toda ésta acción que realiza el héroe es aceptada por los niños de una forma pasiva, ya que al ver las caricaturas no las critica ni las reflexiona: es así como la televisión logra influir en la conducta de los niños. Esta influencia que se tiene del bueno puede observarse en la tabla siguiente:

El niño y la noción de bien

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Bueno	45	51	96
	46.9	53.1	80.0
	76.3	83.6	
	37.5	42.5	
9. No contesto	14	10	24
	58.3	41.7	20.0
	23.7	16.4	
	11.7	8.3	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

De ésta tabla puede deducirse que los niños están influenciados por el personaje que representa al bueno en las caricaturas. El bueno es aquel que acepta la ideología dominante sin causar problemas, por medio de éste personaje los niños aprenden que bueno es todo aquel que respeta la ideología dominante. De acuerdo a lo anteriormente dicho se puede definir "al malo como aquel personaje que se caracteriza por

que se desvía de las normas establecidas por el bueno y constantemente está causando problemas".

A través del contenido de las caricaturas los niños aprenden que malo es aquel que provoca desorden y crisis, o bien, el que no está de acuerdo con los hechos y planteamientos del héroe y se niega a obedecerlo por una u otra causa, o aquel que no simpatiza con el héroe. En la mayoría de las caricaturas es común encontrar malos que representan seres problemáticos, monstruos y seres de otros mundos de esta forma los enemigos del héroe aparecen como seres asociales.

3. Agresividad

3.1 Emoción

La emoción en las caricaturas según los resultados de la tabla siguiente:

La emoción en las caricaturas

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Amoroso	2	0	2
	100.0	.0	1.7
	3.4	.0	
	1.7	.0	
2. Económico	0	2	2
	.0	100.0	1.7
	.0	3.3	
	.0	1.7	
3. Social	3	1	4
	75.0	25.0	3.3
	5.1	1.6	
	2.5	.8	
4. Político	15	28	43
	34.9	65.1	35.8
	25.4	45.9	
	12.5	23.3	
9. No contesto	39	30	69
	56.5	43.5	57.5
	66.1	49.2	
	32.5	25.0	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

Puede encontrarse según los niños (principalmente el sexo masculino) en el conflicto que se da entre los personajes. Este conflicto generalmente es relacionado por ellos con el poder. El poder lo vamos a -

definir según los datos obtenidos en nuestra investigación como: "aquel que representa la dominación tanto económica como intelectual", éstas relacionadas estrechamente.

Basandonos en lo anterior podemos decir que los niños emiten juicios para seleccionar dentro de las caricaturas aquellas que para ser de su preferencia deben poseer determinadas características según ellos.

Entre los sujetos de nuestra población hemos observado que para que un programa sea de su preferencia debe poseer como características principales el ser "bonito" e "interesante" estos términos están estrechamente relacionados con la emoción. De esto podemos deducir que los niños prefieren ver los programas donde se presenta la lucha física entre los personajes (bueno y malo) para lograr el poder.

También tomando como referencia la siguiente tabla:

La agresión en los programas

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Si	35 41.2 59.3 29.2	50 58.8 82.0 41.7	85 70.8
2. No	23 74.2 39.0 19.2	8 25.8 13.1 6.7	31 25.8
9. No contesto	1 33.3 .8	3 66.7 1.7	4 3.3
TOTAL	59 49.2	61 50.8	120 SUJETOS 100%

Podemos reafirmar lo anteriormente dicho, y además puede observarse que el sexo masculino tiende a ver más los programas donde se presenta la agresión entre los personajes. Si un programa no presenta esta agresión es considerado "feo" y "aburrido", o sea, aquellos que están relacionados con lo emocionante. De acuerdo a las respuestas dadas en nuestro estudio podemos definir lo no emocionante como: "aquello en donde la agresividad no se manifiestas de una manera total" pues aunque en los programas de televisión aparezca en un momento dado, ésta agresividad no se

manifiesta en forma activa. Hasandonos en lo anterior, también podemos definir la agresividad activa como: -- " aquella en donde la agresión aparece en forma de lucha física entre el bueno y el malo". Está emoción relacionada con la agresión que es la que principalmente buscan los niños de nuestra muestra, en las caricatu-- ras. Esto puede corroborarse con la tabla que a conti-- nuación se presenta:

Programas preferidos del sexo masculino

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Entretenimiento	16	10	26
	61.5	38.5	21.7
	27.1	16.4	
	13.3	8.3	
2. Infantil	28	40	68
	41.2	58.8	56.7
	47.5	65.6	
	23.3	33.3	
3. Cultural	1	0	1
	100.0	.0	.8
	1.7	.0	
	.8	.0	
6. Dramática	12	10	22
	54.5	45.5	18.3
	20.3	16.4	
	10.8	8.3	
9. No contesto	2	1	3
	66.7	33.3	2.5
	3.4	1.6	
	1.7	.8	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

Según ésta tabla el sexo masculino está más in--

fluenciado por las caricaturas que el femenino, ya que éstos las prefieren ver porque en ellas a diario se -- presenta la lucha física entre el bueno y el malo. De ésta manera y por medio del bueno y el malo se influye a los niños para que aprendan que sólo un grupo posee el poder, éste grupo representado por el bueno, el -- cual es identificado por éstos como "el héroe" de las caricaturas. Estos héroes son presentados ante los -- niños como superhombres y únicos capaces de resolver -- los problemas que aparecen en la sociedad. Dichos héroes son los emisarios de la clase dominante y a través de la situación que presentan las caricaturas y la acción que ejecuta el héroe se reafirma constantemente a los niños, que ellos pertenecen a determinada clase social.

La lucha de clases aparece disfrazada detrás de -- la forma parcializada y tergiversada en que se presentan los problemas. El proletariado como la clase histórica que es, nunca hace su aparición en vez de ella ésta se presenta a los niños como conflictos de grupos -- aislados e incluso desclasados. Así podemos ver que -- los intereses de la clase dominante aparecen cubiertos detrás de las acciones del héroe, de este modo los niños se forman por medio del héroe la representación social que a la clase dominante favorece, también a tra-

vés del papel que desarrolla éste héroe se influye en los niños para que aprendan que la clase dominante de cide el destino de las mayorías.

La lucha de clases se expresa en las historias de las caricaturas como los héroes que tienen el poder de la ciencia y la tecnología, y una gran libertad en sus movimientos (casi todos vuelan o tienen un artefacto que les da gran movilidad), son muy poderosos y representan abiertamente su complicidad con las fuerzas represivas del Estado, defienden y colaboran con el orden establecido, es así como por medio de la lucha contra el mal se les trata de influir a los niños que el héroe lucha contra aquellos que alteran el orden establecido por los grupos dominantes y también para que aprendan que hay que respetar las norma esta blecidas para mantener la tranquilidad pública. De es manera se presenta en las caricaturas al héroe como aquel que es el único que tiene la oportunidad de em prender acciones que le son negadas a la colectivi dad. Es así como trata de influir la televisión en el niño para que identifique al héroe como el único ser de la sociedad que puede lograr la justicia, castigan do a los malos y justificando también el que su héroe mate, ya que si lo hace, esto es con el propósito de ayudar a la sociedad buscando el bien para todos. Tam

bién para hacer sentir a los niños impotentes ante los problemas que presenta la sociedad, para poder seguir_ manteniendo el control social.

3.2 Influencia del Héroe

La ideología dominante presentada a través de la acción que realiza el héroe de las caricaturas influye más en el sexo masculino que en el femenino, esto_ queda demostrado con la siguiente tabla:

El héroe representa al bien

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Bueno	18	36	54
	33.3	66.7	45.0
	30.5	59.0	
	15.0	30.0	
2. Malo	1	0	1
	100.0	.0	.8
	1.7	.0	
	.8	.0	
9. No contesto	39	25	65
	60.9	39.1	54.1
	66.1	41.0	
	32.5	20.8	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

Esta influencia tal vez sea porque el héroe representa el poder y además generalmente éste personaje -- pertenece al sexo masculino. Este se relaciona con las características principales que buscan los niños en el héroe que son: que pertenezca al sexo masculino, pues_

según ellos los hombre son fuertes e inteligentes, así lo demuestra la tabla siguiente:

Características del héroe

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Hombre	22 44.0 37.3 18.3	28 56.0 45.9 23.3	50 41.7
2. Mujer	2 100.0 3.4 1.7	0 .0 .0 .0	2 1.7
3. Fuerte	7 35.0 11.9 5.8	13 65.0 21.3 10.8	20 16.7
4. Débil	2 100.0 3.4 1.7	0 .0 .0 .0	2 1.7
5. Inteligente	4 80.0 6.8 3.3	1 20.0 1.6 .8	5 4.2
6. Agresividad	1 50.0 1.7 .8	1 50.0 1.6 .8	2 1.7
9. No contesto	21 53.8 35.6 17.5	18 46.2 29.5 15.0	39 32.5
TOTAL	59 49.2	61 50.8	120 SUJETOS 100%

De este modo el héroe de las caricaturas influye más en el sexo masculino porque se relaciona con el poder y porque la televisión les hace idealizarse con éste para que puedan identificarse con el superhombre.

3.2.1 Idealización

En lo que se refiere a la idealización las niñas se idealizan más con los programas de televisión porque los ven bonitos. Lo "bonito" según los datos obtenidos en nuestro estudio es "todo aquello que está relacionado con el personaje que representa al bien". Esto se demuestra en la tabla siguiente:

Los niños se idealizan con los programas por bonitos

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Bonito	28 70.0 47.5 23.3	12 30.0 19.7 10.0	40 33.3
2. Feo	6 50.0 10.2 5.0	6 50.0 9.8 5.0	12 100.0
3. Aburrido	1 100.0 1.7 .8	0 .0 .0 .0	1 .8
4. Interesante	4 33.3 6.8 3.3	8 66.7 13.1 6.7	12 10.0
9. No contesto	20 36.4 33.9 16.7	35 63.6 57.4 29.2	55 45.8
TOTAL	59 49.2	61 50.8	120 SUJETOS 100%

Analizando ésta tabla, podemos decir que la televisión atribuye a los personajes principales de las ca

ricaturas la característica de ser "bonito" para poder influir de una manera sutil en la conducta de los niños. A través de éstos personajes se prepara a los niños para que acepten sin dificultad la ideología que prevalece en la sociedad y asegurar el mantenimiento futuro de ésta, utilizando el control social.

La televisión trata de influir en los niños a través del héroe, que éste lucha por el bien y no causa problemas, es así como constantemente se presentan estas situaciones en las caricaturas, para que los niños acepten lo "bonito", como aquello que se relaciona con el bien, y para que aprendan a respetar las normas sociales establecidas por la clase dominante de una manera conformista, o sea, sin protestar de forma activa para evitar el castigo.

Según los resultados obtenidos y basandonos en la tabla siguiente:

La idealización con los personajes de las caricaturas

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Entretenimiento	14 56.0 23.7 11.7	11 44.0 18.0 9.2	25 20.8
2. Infantil	37 51.4 62.7 30.8	35 48.6 57.4 29.2	72 60.0
6. Dramática	1 50.0 1.7 .8	1 50.0 1.6 .8	2 1.7
9. No contesto	7 33.3 11.9 5.8	14 66.7 23.0 11.7	21 17.5
TOTAL	59 49.2	61 50.8	120 SUJETOS 100%

Podemos ver que los niños se idealizan principalmente con los personajes de las caricaturas porque les atribuyen la característica de ser "bonito". Basandonos en ésta característica, pudimos observar que la televisión influye en los niños para que acepten lo "bonito" como: "aquello que es difícil de adquirir o lo que no se puede alcanzar". Todos los programas de televisión deben contener algo que este relacionado con lo "bonito" para tratar de influir en la conducta de los

niños, ya que éstos buscan constantemente ésta caracte_rística, la cual va a ser aprovechada por la clase en el poder. Lo bonito es todo aquello que se relaciona directamente con las características y la acción que ejecuta el héroe en las caricaturas, de éste modo vemos que lo bonito también contribuye a que se formen una representación social que ayude a mantener la ideología dominante y a reafirmarles la existencia de la división de las clases sociales. Es necesario que constantemente se este dando ésta reafirmación de la división de clases para tratar de preparar a los niños para el futuro y evitar problemas que pongan en peligro el poder que posee la clase dominante.

En conclusión podemos decir que la televisión trata de desviar la atención de los niños a través de la idealización que tienen con el héroe y vean que éste representa a un superhombre triunfante, que jamás será vencido y que está muy por encima del mundo real.

3.2.2 Imitación

Aunque los héroes posean todos los valores comunes de la sociedad de la que surgen, poseen características que los diferencian de los demás para que puedan ser identificados y adoptados por los niños como ejemplo a seguir. Esta apariencia humana de los héroes los acerca al hombre común, mientras que sus disfraces característicos los hacen extraños y señalan su unicidad y diferencias con los otros hombres. Sus trajes son emblemas de su individualidad.

Todo esto contribuye a que los niños busquen la imitación y manifiesten la influencia que tienen del héroe a través de sus juegos con sus compañeros, ya que éstos buscan jugar juegos en los cuales puedan reproducir las acciones que el héroe realiza en las caricaturas.

Todo lo anteriormente dicho puede verificarse con la siguiente tabla:

La imitación en los juegos

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Femenino Pasivo	13 92.9 22.0 10.8	1 7.1 1.6 .8	14 11.7
2. Femenino Activo	15 93.8 25.4 12.5	1 6.3 1.6 .8	16 13.3
3. Masculino Pasivo	0 .0 .0 .0	8 100.0 13.1 6.7	8 6.7
4. Masculino Activo	3 8.3 5.1 2.5	33 91.7 54.1 27.5	36 30.0
5. Neutro Pasivo	2 66.7 3.4 1.7	1 33.3 1.6 .8	3 2.5
6. Neutro Activo	22 68.8 37.3 18.3	10 31.2 16.4 8.3	32 26.7
9. No contesto	4 36.4 6.8 3.3	7 63.6 11.5 5.8	11 9.2
TOTAL	59 49.2	61 50.8	120 SUJETOS 100%

Analizando ésta tabla puede observarse que los niños buscan jugar juegos activos para idealizarse con el héroe de las caricaturas y mostrar su agresión para

así sentirse poderosos. Para ellos un juego resulta --
atractivo cuando en éste puedan mostrar poder sobre --
los otros coetáneos. Los niños gustan de jugar a lo --
que ven en la televisión porque lo ven bonito y como --
decíamos anteriormente, lo bonito es todo aquello que --
tiene relación estrecha con el héroe. De éste modo po-
demos observar que uno de los principales objetivos de
la televisión es hacer soñar a los niños con ser héro-
es y de ésta manera comprueben que es algo que nunca --
podrán ser.

En conclusión, observamos que principalmente a --
través de los juegos los niños muestran lo que asimila--
lan de la televisión, pues lo demuestran por medio de --
la agresión que utilizan cuando juegan y sobretodo cu-
ando el niño elige ser el único héroe dentro del juego
y no acepta la rivalidad de sus compañeros.

7. REFLEXIONES

7. REFLEXIONES

"Los medios masivos de comunicación constituyen un instrumento para mantener cierta forma de totalidad -- que no se apoya en el terror sino que opera por medio de la creación y al manejo de falsas necesidades de entretenimiento, ocio, información y consumo individual. Estas necesidades le son impuestas al individuo por intereses creados, y que su existencia misma sirva para mantener las actitudes y hábitos establecidos". (26)

La televisión como medio de comunicación, es considerada como un aparato ideológico del sistema, y es utilizada por éste como una herramienta por medio de la cual se logra el control social de los individuos y a su vez es el instrumento que las clases dominantes utilizan para llevar a cabo la reproducción de las relaciones sociales de producción.

Este aparato electrónico ha sido considerado durante muchos años dentro de la sociedad como un medio de diversión y entretenimiento, a través de él se ha permitido la transmisión de programas donde se presentan historias policiacas, románticas, películas de suspense y caricaturas principalmente, aunque existe otro tipo de programas todos ellos están relacionados con -

(26) Op. cit. pág.75

la ideología dominante.

En los últimos años la televisión ha sido considerada como uno de los medios de comunicación colectiva más poderosos, por su alcance y su universalidad, ésta se ha convertido rápidamente en una industria altamente competitiva que satura ahora al público como nunca antes de la ideología dominante. Este aparato, por su presencia continua en el hogar y por sus mensajes visuales y sonoros, ocupa un lugar importante en la transmisión de la ideología dominante, pues a través de ella los niños son educados. Esta puede observarse en el contenido de los programas y es manejada a través de los personajes principales, ya que éstos difunden insistentemente lo que es deseable, exitoso, satisfactorio o importante.

Dentro de la televisión, la mayor parte de la información contiene un mensaje oculto que está dirigido a cada receptor el cual lo recibe de una manera pasiva, en base a la programación y al contenido de ésta el sujeto que la recibe se forma toda una concepción de la realidad social que le rodea y da una explicación basada en la información que ésta transmite. De esta manera aparece la representación social como un instrumento por medio del cual el individuo o grupo conoce su entorno, dicha representación desempeña un papel

en la formación de las comunicaciones y de las conductas sociales. La representación que tienen los individuos con otros grupos se formará con relación a la suya. Dicha representación dará prueba del impacto de la ideología dominante, por lo tanto los niños son influenciados por el contenido de los programas para que se formen toda una representación social basada en el sistema dominante. Esto puede observarse en los dibujos animados o caricaturas destinadas a ellos ya que a través del mensaje oculto, disfrazado de diversión y entretenimiento se les va formando paulatinamente a los menores el futuro desempeño de ciertos papeles en el sistema. Esta influencia está dada primordialmente por medio de los personajes principales que aparecen en las caricaturas, ya que a través de la conducta que manifiestan siempre alguno o algunos de los actores van a estar representando a la ideología dominante y asegurando el mantenimiento de ésta. Es así como la diversión y el entretenimiento son presentados por medio de la acción que realizan éstos personajes, los cuales vamos a denominar "bueno" y "malo". El bueno es aquel que representa a la ideología dominante, y el malo es aquel que se caracteriza porque se desvía de las normas establecidas por el bueno, o sea, el que provoca desorden y crisis.

El contenido de las caricaturas logra atraer a un gran número de niños, porque por medio de él se distraen, emocionan, educan y se mantienen ocupados, además es accesible a todas las capas sociales. Estos programas son televisados durante varias horas del día para tratar de influir en la conducta de los niños. Esta influencia está dada por el personaje denominado "bueno", - por conducto de éste se pretende que el niño adopte -- una conducta conformista y acepte todo lo que la televisión le presenta de una manera pasiva, o sea, que su protesta se realice de forma activa, esto quiere decir que solamente él sabe que no está de acuerdo con eso. Este conformismo está dirigido principalmente a los niños, porque por medio de ellos se está asegurando el control social para el futuro mantenimiento del sistema, y además porque éstos se encuentran en una etapa trascendental del desarrollo de su personalidad, durante la cual ocurren diversos procesos fundamentales de socialización en el niño ya que ésta es la etapa en -- que son más susceptibles de influencia. Es así como se les enseña a los niños que el poder lo posee un sólo grupo y éste es el encargado de dirigir a la colectividad creándoles normas sociales que deben ser respetadas por aquellos que no se encuentran dentro del grupo que tiene el poder, o sea la clase dominada, y casti--

gando a los sujetos que se desvían de estas normas.

También el contenido y las situaciones que presentan las caricaturas tienen el propósito de influir en los niños para que éstos se vayan moldeando de acuerdo a lo que le conviene a la ideología dominante. Esto -- puede observarse en la reafirmación de roles sexuales que hace éste tipo de programas, pues éstos argumentos encauzan a los niños hacia la manera como desempeñaran sus roles en la edad adulta. Con ésta reafirmación se trata de influir en los niños para que se den cuenta -- que ellos desempeñaran un papel social determinado por el sexo.

En conclusión podemos decir que a los niños se -- les enseña que el éxito o fracaso de una vida se mide en relación directa con la distancia entre el personaje y su modelo burgués.

Otro aspecto importante que presenta el contenido de las caricaturas es el conflicto, éste puede observarse en la lucha física directa entre los personajes principales para obtener el poder y a los que anteriormente denominados "bueno" y "malo". Este conflicto se origina "en el establecimiento de las normas tratando de modificar los comportamientos y opiniones de ambos"

(27)

De éste modo el personaje al cual denominamos ---

(27) Op. cit. pág.198

"bueno" y que es el que está logrando el control social y representando al sistema dominante, trata de modificar la conducta del personaje al que anteriormente denominamos "malo" quien provoca desorden y crisis dentro de la sociedad, y se desvia de las normas establecidas por el grupo dominante. Así puede verse que la acción que realiza el bueno está dirigida a los niños ya que "el estilo de aquel propone una norma al grupo y le ofrece la solución de un problema".(28)

Con ésta acción que realiza el "bueno" a quien los niños reconocen como el héroe de las caricaturas se quiere influir en ellos para que aprendan que sólo un determinado grupo en la sociedad posee el poder suficiente para lograr el control social y resolver los problemas que prevalecen en ésta. También el bueno es aquel que está relacionado con el valor connotativo "bonito" lo cual va influir en los niños para que se enseñen a categorizar socialmente a los valores. "Se entenderá por categorización a los procesos psicológicos que tienden a ordenar el entorno en términos de categorías: grupos de personas, de objetos, de acontecimientos en tanto que son (o grupos de algunos de sus atributos) en tanto que son ora equivalentes unos a otros para la acción, las intenciones o las actitudes de un individuo". (29)

(28) Op: cit. pág.200

(29) Op. cit. pág.350

Una de las principales características del comportamiento social del héroe consiste en tratar de influir a los niños para que se adapten a los cambios que aparecen en la relación con su entorno social, y a su vez basar ésta adaptación en los cambios que se producen en su manera de estructurar, de sistematizar y de ordenar el entorno social.

En conclusión podemos decir que la noción de bueno es la que ayuda a que los niños se formen la representación social y la categorización de valores en favor de la clase dominante. Por consiguiente podemos deducir que el malo es aquel que no está de acuerdo con los hechos y planteamientos del héroe y que se niega a obedecerlo por una u otra causa, o simplemente porque no simpatiza con el héroe o con sus amigos.

Basandonos en la noción de conflicto y de acuerdo con los resultados obtenidos en nuestra investigación nosotros definimos a la agresión como "aquella donde se da la lucha física entre el "bueno" (héroe) y el "malo" para demostrar el poder".

Es así de acuerdo a los resultados obtenidos como puede encontrarse que los niños buscan en las caricaturas la emoción porque ésta está relacionada directamente con la agresividad que se utiliza para demostrar el poder representado por éstos dos personajes. El poder

lo vamos a definir según los datos de nuestro estudio_ como "aquel que representa la dominación tanto económi_ ca como intelectual", éstas relacionadas estrechamen-- te. De acuerdo a ésta definición el héroe es presenta_ do ante los niños como superhombre y como él único que posee el poder para resolver los problemas de la socie_ dad. Estos héroes son los representantes directos de - la clase dominante y a través de la acción que éstos - realizan y la conducta que muestran reforzará a los in_ fantes el conocimiento de su pertenencia a ciertos gru_ pos sociales y la significación emocional y valorativa que resulta de ésta pertenencia, logrando a través de_ éste reforzamiento el control social sobre ellos. Este reforzamiento de la división de clases se expresa en - las caricaturas como los héroes que tienen el poder de la ciencia y la tecnología y una gran libertad en sus_ movimientos (casi todos vuelan o tienen un artefacto - que les da gran movilidad), son muy poderosos y repre_ sentan abiertamente su complicidad con las fuerzas re_ presivas del Estado, defienden y colaboran con el or-- den establecido, de ésta manera se les enseña a los ni_ ños a respetar las normas establecidas por el sistema_ dominante para mantener la tranquilidad pública. Por - consiguiente los niños aprenden a respetar al héroe y_ a identificarlo como el protagonista que emplea la - -

agresión para derrotar al malo y darle su merecido. Así, el niño puede asimilar el mensaje, de que es permisible agredir a los malos en su propia vida, por lo tanto se justifica que el héroe mate ya que si lo hace, es con la finalidad de buscar el bien para todos y mantener el equilibrio dentro de la sociedad y que siga prevaleciendo el sistema dominante.

A través de esto se da el proceso de influencia - en los pequeños; la influencia según Moscovici "es un proceso que asegura el equilibrio del conjunto social" (30) de ésta definición podemos deducir que la influencia contribuye a mantener unido al sujeto dentro de un campo social, por eso la televisión a través del héroe trata de influir a los niños para reforzar el control social. "Los individuos que dirigen el grupo tienen la misión de definir la realidad válida para todos", (31) tomando como referencia esto podemos ver que en las caricaturas ésta misión le está dada al héroe ya que éste va a ser el conducto por medio del cual se transmitirá la consistencia de la información y reducirá el conflicto.

La influencia que ejerce el héroe hacia los niños trata de fomentarles la dependencia relacionada con este personaje. Esto puede observarse en ellos ya que -- buscan la imitación e idealización con éste héroe esto

(30) Op. cit. pág.188

(31) Op. cit. pág.197

es mostrado en los juegos principalmente, pues es la idealización que tienen de éste personaje la realizan por medio de la imitación que hacen del héroe para reproducir las acciones y las situaciones que se realizan en las caricaturas. Es así como se sienten realizados al poseer el poder aunque sea sólo por un momento, cuando están jugando. Este poder es mostrado a través de la agresión que realizan hacia sus compañeros de juego. También por medio de éste personaje se trata de influir en los niños para que se enseñen a respetar las normas sociales de una manera conformista, pues dentro de la sociedad el equilibrio es mantenido por las normas que establece la clase dominante. Para que un grupo funcione existen normas las cuales rigen el comportamiento de los individuos, por eso se trata de que los niños aprendan que cuando se encuentran colocados en una situación en que la aprobación social es vital no tienen otra salida que la sumisión a la norma.

En conclusión podemos decir que los juegos son la principal muestra de la influencia que ejerce la televisión en los niños ya que por medio de éstos exteriorizan lo que asimilan de la conducta que muestra el héroe en los programas de televisión.

B I B L I O G R A F I A

Aguilera, Joaquin. Dimensión y sistema de la televisión educativa. Ed. Nacional Madrid, España 1975.

Avila, Raúl. La lengua y los hablantes. Ed. Trillas.

Althusser, L. Ideología y aparatos ideológicos del estado. Ed. Grijalbo. México, 1977.

Escudero, Ma. Teresa. La comunicación y la enseñanza. Ed. Trillas.

Esteinou, M. Javier y otros. Seminarios de comunicación social. UAM-A.

Foro de consulta popular de comunicación social. Tomos I, II, III, IV, V, VI y VII. México 1983.

González, Jorge. Televisión, teoría y práctica. Ed. Alhambra. México, 1983.

Hybels, Sandra. La comunicación. Ed. Gustavo Gili, México, 1983.

Luria, A. R. Introducción evolucionista a la psicología. Barcelona, Fontanella, 1950.

Munné, Federico. Psicología social. Ed. CEAC.

McQuail. Sociología de los medios masivos de comunicación. Ed. Paidós.

Mattelard, Armando. Comunicación masiva y revolución. Ed. Siglo XXI.

Moscovici, Serge. Introducción a la psicología social.
Ed. Planeta.

Mattelard, Armando. La comunicación masiva en el proceso
de liberación. Ed. Siglo XXI.

Martínez, J.M. Para entender los medios: medios de comuni-
cación y relaciones sociales. Ed. Amorrortu.

Moscovici, Serge. Psicología de las minorías activas.
Ed. Morata.

Morgan, Clifford. Breve introducción a la psicología.
Ed. Graw Hill.

Predvechni, G.P. Psicología social. Ed. Cártago.

Salazar, José Miguel. Psicología social. Ed. Trillas.

Swingewood, Alan. El mito de la cultura de masas. Premio
editora. México, 1981.

A N E X O

CUESTIONARIO

INSTRUCCIONES: LEE CON CUIDADO LAS SIGUIENTES PREGUNTAS Y CONTESTA LO QUE SE TE PIDE.

- 1.- ¿Cuáles programas ves en la tarde? _____
- 2.- ¿Cuáles programas ves en la noche? _____
- 3.- ¿Cuáles son tus programas favoritos? _____
- 4.- ¿Qué es lo emocionante de esos programas? _____
- 5.- ¿Ves tus programas favoritos sin que nadie te moleste?
SI _____ NO _____
- 6.- ¿Qué programas no te gustan? _____
- 7.- ¿Por qué no te gustan? _____
- 8.- ¿Te gusta ver programas donde se pelean? SI _____ NO _____
- 9.- ¿Cuáles? _____
- 10.- ¿Qué programas prefieres ver los sábados? _____
- 11.- ¿Qué programas prefieres ver los domingos? _____
- 12.- ¿Tienes algún héroe favorito de la televisión? SI _____ NO _____
¿Cómo se llama? _____
- 13.- ¿Contra qué o quién lucha tú héroe? _____
- 14.- ¿Sabes por qué lucha tú héroe? _____
- 15.- ¿Por qué te gusta que gane tú héroe? _____
- 16.- ¿Qué telenovela te gusta más? _____
- 17.- ¿A quién recuerdas más en esa telenovela? _____
- 18.- ¿Por qué te gusta? _____
- 19.- ¿Qué películas te gustan más? _____
- 20.- ¿De los siguientes programas cuáles ves?

1. Pequeños Viajeros

2. Los Estados de México

- 9
 - 1. Video Cosmos
 - 2. México y su Historia
- 10
 - 1. La Princesa de los Mil Años
 - 2. Abeja Maya
- 11
 - 1. Chicos
 - 2. Aventura en caricatura

- 21.- ¿Cuántos noticieros ves al día? _____
- 22.- ¿Qué deportes te gustan ver por la televisión? _____
- 23.- ¿Con quién te gusta ver esos deportes? _____
- 24.- ¿Por qué te gusta verlos con él o con ellos? _____
- 25.- ¿A qué hora haces tú tarea? _____
- 26.- ¿A qué hora juegas? _____
- 27.- ¿A qué juegas? _____
- 28.- ¿Te gusta jugar con niños y niñas? _____
- 29.- ¿Crees que deben jugar juntos los niños y las niñas? _____
- 30.- ¿Cuáles son tus juegos favoritos? _____
- 31.- ¿Por qué te gusta jugar a lo que ves en la televisión? _____
- _____
- 32.- ¿A qué hora te acuestas? _____
- 33.- ¿Qué comercial te gusta más? _____
- 34.- ¿Por qué? _____
- 35.- ¿De lo que anuncian en la televisión qué es lo que compras más? _____
- _____
- 36.- ¿Te gustan los comerciales de "mucho ojo"? SI _____ NO _____
- ¿Por qué? _____
- 37.- ¿Crees que los comerciales de "mucho ojo" te enseñan algo?
- SI _____ NO _____
- ¿Por qué? _____
- 38.- ¿Te gustan los comerciales en donde el papá o la mamá "cuentan hasta diez"? SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

39.- ¿Crees que los comerciales de "contar hasta diez" han ayudado a que te lleves mejor con tus papás? SI _____ NO _____

40.- ¿Te gusta que hayan cambiado la programación? SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

41.- ¿Qué programas veías antes que cambiaran la programación?

42.- ¿De los nuevos programas cuáles ves? _____

43.- ¿De los nuevos programas cuál es tu preferido? _____

¿Por qué? _____

44.- ¿Te gustaría que lo que ves en las caricaturas fuera verdad?

SI _____ NO _____ ¿Por qué? _____

45.- ¿Cuál programa te gustaría convertir en realidad? _____

¿Por qué? _____

46.- ¿Por qué te gustaría ser como tu héroe favorito? _____

47.- ¿Cómo se defiende tu héroe? _____

48.- ¿Te gusta que tu héroe mate? SI _____ NO _____

¿Por qué? _____

49.- ¿Si tu fueras un héroe que harías para ayudar al mundo? _____

50.- ¿Cuándo te enojas con alguna persona te defiendes como tu héroe?

SI _____ NO _____ ¿Por qué? _____

51.- ¿Qué te gusta que sea tu héroe hombre o mujer? _____

¿Por qué? _____

52.- ¿En qué comerciales salen muchachos y muchachas? _____

53.- ¿Cómo están vestidas? _____

54.- ¿Cómo deberían vestirse? _____

55.- ¿Qué hacen en esos comerciales? _____

NOMBRE _____

EDAD _____ SEXO _____

ANEXO A

C A T E G O R I A S

1. Entretenimiento.- Programas musicales, variedades, eventos especiales y policiaca.
 2. Infantil.- Caricaturas, concursos infantiles.
 3. Cultural.- Clases de primaria y universitarios=programas educativos. Danza, conciertos, teatro, etc.=cultura general.
- CAT.1
4. Informativa.- Información nacional e internacional.
 5. Deportiva.- Deportes en general.
 6. Dramática.- A través de telenovelas, teleteatros, películas.
 9. No contesto
-
1. Conflicto amoroso
 2. " económico
 3. " social
 4. " político
 9. No contesto
- CAT.2
-
1. Si
 2. No
 9. No contesto
- CAT.3
-
1. Bonito (bueno, agradable)
 2. Feo (malo, desagradable)
 3. Aburrido (sin acción, sin comprensión)
 4. Interesante (emocionante)
 9. No contesto
- CAT.4
-
1. Bueno (lucha por la humanidad)
 2. Malo (destruye a la humanidad)
 9. No contesto
- CAT.5

- CAT.6
1. Justicia
 2. Ambición
 3. Lucha por el poder
 4. Engaño
 9. No contesto
- CAT.7
1. Bueno (el que ayuda a los demás y sufre)
 2. Malo (hace sufrir a los demás)
 9. No contesto
- CAT.8
1. Lucha (lucha libre, lucha por la supervivencia)
 2. Terror (de espantos)
 3. Aventuras (entra en juego el bien y el mal)
 9. No contesto
- CAT.9
1. No ve
 2. 1
 3. 2
 4. 3
 5. Más de 3
 9. No contesto
- CAT.10
1. Béisbol
 2. Futbol Soccer
 3. " Americano
 4. Tenis
 5. Box
 6. Otros
 9. No contesto
- CAT.11
1. Padres
 2. Hermanos
 3. Amigos
 4. Otros parientes
 9. No contesto
- CAT.12
1. Mismos gustos
 2. Agradable
 3. Intercambio de ideas
 9. No contesto

CAT.13

1. Llegando de la escuela
2. Después de comer
3. En la noche
9. No contesto

CAT.14

1. Femenino pasivo
2. " activo
3. Masculino pasivo
4. " activo
5. Neutro pasivo
6. " activo
9. No contesto

CAT.15

1. Juguetes
2. Golosinas
3. Ropa
4. Comestibles
5. Artículos para el hogar
6. Otros
9. No contesto

CAT.16

1. Prevención personal
2. " contra otros
9. No contesto

CAT.17

1. Relación padre-hijo
2. " hijo-padre
3. No le gusta
9. No contesto

CAT.18

1. Armas
2. Manos
3. Magia
4. Técnicas
9. No contesto

CAT.19

1. Defensa personal
2. " con armas
3. Peligroso
4. No peligroso
5. " les gusta
9. No contesto

CAT.20

1. Hombre
2. Mujer
3. Fuerte
4. Débil
5. Inteligente
6. Agresividad
9. No contesto

CAT.21

1. A la moda
2. Ropa de playa
3. " formal
4. " de campo
9. No contesto

CAT.22

1. Se divierten
2. Consumen
3. Conflicto
4. Modelan
9. No contesto

ANEXO 1

Principales programas que ven los fines de semana

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Entretenimiento	16 40.0 27.1 13.3	24 60.0 39.3 20.0	40 33.3
2. Infantil	22 62.9 37.3 18.3	13 37.1 21.3 10.8	35 29.2
4. Informativa	0 .0 .0 .0	1 100.0 1.6 .8	1 .8
5. Deportiva	0 .0 .0 .0	3 100.0 4.9 2.5	3 2.5
6. Dramática	15 50.0 25.5 12.5	15 50.0 12.5 12.5	30 25.0
9. No contesto	6 54.5 10.2 5.0	5 45.5 8.2 4.2	11 9.2
TOTAL	59 49.2	61 50.8	120 SUJETOS 100%

ANEXO 1.1

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Entretenimiento	17	17	34
	50.0	50.0	28.3
	28.8	27.9	
	14.2	14.2	
2. Infantil	27	16	43
	62.8	37.2	35.8
	45.8	26.2	
	22.5	13.3	
4. Informativa	0	1	1
	.0	100.0	.8
	.0	1.6	
	.0	.8	
5. Deportiva	1	13	14
	7.1	92.9	11.7
	1.7	21.3	
	.8	10.0	
6. Dramática	9	9	18
	50.0	50.0	15.0
	15.3	14.8	
	7.5	7.5	
9. No contesto	5	5	10
	50.0	50.0	8.3
	8.5	8.2	
	4.2	4.2	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

ANEXO 1.2

	<u>NIÑAS</u>	<u>NIÑOS</u>	<u>TOTAL</u>
1. Béisbol	2	2	4
	50.0	50.0	3.3
	3.4	3.3	
	1.7	1.7	
2. Futbol soccer	14	34	48
	29.2	70.8	40.0
	23.7	55.7	
	11.7	28.3	
3. Futbol americano	0	7	7
	.0	100.0	5.8
	.0	11.5	
	.0	5.8	
4. Tenis	13	4	17
	76.5	23.5	14.2
	22.0	6.6	
	10.8	3.3	
5. Box	1	0	1
	100.0	.0	.8
	1.7	.0	
	.8	.0	
6. Otros	13	9	22
	59.1	40.9	18.3
	22.0	14.8	
	10.8	7.5	
9. No contesto	16	5	21
	76.2	23.8	17.5
	27.1	8.2	
	13.3	4.2	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

ANEXO 2

Noción de bien

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Bueno	5	2	7
	71.4	28.6	5.8
	8.5	3.3	
	4.2	1.7	
2. Malo	27	54	81
	33.3	66.7	67.5
	45.8	88.5	
	22.5	45.0	
9. No contesto	27	5	32
	84.4	15.6	26.7
	45.8	8.2	
	22.5	4.2	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

La identificación del sexo masculino con el
héroe de televisión

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Si	40	55	95
	42.1	57.9	79.2
	67.8	90.2	
	33.3	45.8	
2. No	18	4	22
	81.8	18.2	18.3
	30.5	6.6	
	15.0	3.3	
9. No contesto	1	2	3
	33.3	66.7	2.5
	1.7	3.3	
	.8	1.7	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

Los juegos y la televisión

	<u>NIÑAS</u>	<u>NIÑOS</u>	<u>TOTAL</u>
1. Bonito	34	39	73
	46.6	53.4	60.8
	57.6	63.9	
	28.3	32.5	
2. Feo	3	0	3
	100.0	.0	2.5
	5.1	.0	
	2.5	.0	
4. Aburrido	6	11	17
	35.3	64.7	14.2
	10.2	18.0	
	5.0	9.2	
6. Interesante	1	0	1
	100.0	.0	.8
	1.7	.0	
	.8	.0	
9. No contesto	15	11	26
	57.7	42.3	21.7
	25.4	18.0	
	12.5	9.2	
TOTAL	<u>59</u>	<u>61</u>	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

El consumismo y la televisión

	<u>NIÑAS</u>	<u>NIÑOS</u>	<u>TOTAL</u>
1. Juguetes	9	7	16
	56.3	43.8	13.3
	15.3	11.5	
	7.5	5.8	
2. Golosinas	5	5	10
	50.0	50.0	8.3
	8.5	8.2	
	4.2	4.2	
4. Comestibles	4	6	10
	40.0	60.0	8.3
	6.8	9.8	
	3.3	5.0	
5. Artículos para el hogar	4	0	4
	100.0	.0	3.3
	6.8	.0	
	3.3	.0	
6. Otros	24	21	45
	53.3	46.7	37.5
	40.7	34.4	
	20.0	17.5	
9. No contesto	13	22	35
	37.1	62.9	29.2
	22.0	36.1	
	10.8	18.3	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

La relación del consumismo con lo bonito e interesante

	<u>NIÑAS</u>	<u>NIÑOS</u>	<u>TOTAL</u>
1. Bonito	38	35	73
	52.1	47.9	60.8
	64.4	57.4	
	31.7	29.2	
2. Feo	0	2	2
	.0	100.0	1.7
	.0	3.3	
	.0	1.7	
3. Aburrido	0	1	1
	.0	70.0	.8
	.0	11.5	
	.0	5.8	
4. Interesante	3	7	10
	30.0	70.0	8.3
	5.1	11.5	
	2.5	5.8	
9. No contesto	16	16	34
	50.0	50.0	28.4
	27.1	26.2	
	13.3	13.3	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

El conformismo y los roles sexuales

	<u>NIÑAS</u>	<u>NIÑOS</u>	<u>TOTAL</u>
1. Juguetes	5	9	14
	35.7	64.3	11.7
	8.5	14.8	
	4.2	7.5	
2. Golosinas	24	33	57
	42.1	57.9	47.5
	40.7	54.1	
	20.0	27.5	
3. Ropa	0	1	1
	.0	100.0	.8
	.0	1.6	
	.0	.8	
4. Comestibles	18	7	25
	72.0	28.0	20.8
	30.5	11.5	
	15.0	5.8	
5. Artículos para el hogar	2	0	2
	100.0	.0	1.7
	3.4	.0	
	1.7	.0	
6. Otros	2	4	6
	33.3	66.7	5.0
	3.4	6.6	
	1.7	3.3	
9. No contesto	8	7	15
	53.3	46.7	12.5
	13.6	11.5	
	6.7	5.8	
TOTAL	<u>59</u>	<u>61</u>	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

El idealismo femenino

	<u>NIÑAS</u>	<u>NIÑOS</u>	<u>TOTAL</u>
1. Si	48	37	85
	56.5	43.5	70.8
	81.4	60.7	
	40.0	30.8	
2. No	11	22	33
	33.3	66.7	27.5
	18.6	36.1	
	9.2	18.3	
9. No contesto	0	2	2
	.0	100.0	1.7
	.0	3.3	
	.0	1.7	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

Idealización con los personajes
de las caricaturas

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Bonito	32	26	58
	55.2	44.8	48.3
	54.2	42.6	
	26.7	21.7	
2. Feo	3	0	3
	100.0	.0	2.5
	5.1	.0	
	2.5	.0	
4. Interesante	7	8	15
	46.7	53.3	12.5
	11.9	13.1	
	5.8	6.7	
9. No contesto	17	27	44
	38.6	61.4	36.7
	28.8	44.3	
	14.2	22.5	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

Al niño le gustaría ser como
su héroe

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Bueno	30	46	76
	39.5	60.5	63.3
	50.8	75.4	
	25.0	38.3	
2. Malo	2	0	2
	100.0	.0	1.7
	3.4	.0	
	1.7	.0	
9. No contesto	27	15	42
	64.3	35.7	35.0
	45.8	24.6	
	22.5	12.5	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

Defensa del héroe

	<u>NIÑAS</u>	<u>NIÑOS</u>	<u>TOTAL</u>
1. Armas	20	30	50
	40.0	60.0	41.7
	33.9	49.2	
	16.7	25.0	
2. Manos	11	12	23
	47.8	52.2	19.2
	18.6	19.7	
	9.2	10.0	
3. Magia	4	1	5
	80.0	20.0	4.2
	6.8	1.6	
	3.3	.8	
4. Técnicas	1	5	6
	16.7	83.3	5.0
	1.7	8.2	
	.8	4.2	
9. No contesto	23	13	36
	63.9	36.1	30.0
	39.0	21.3	
	19.2	10.8	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

Los niños justifican que su
héroe mate

	<u>NIÑAS</u>	<u>NIÑOS</u>	<u>TOTAL</u>
1. Si	15	25	40
	37.5	62.5	33.3
	25.4	41.0	
	12.5	20.8	
2. No	37	33	70
	52.9	47.1	58.3
	62.7	54.1	
	30.8	27.5	
9. No contesto	6	3	10
	66.7	33.3	8.3
	10.2	4.9	
	5.0	2.5	
TOTAL	<u>59</u>	<u>61</u>	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

El niño tiende a defenderse
como su héroe cuando se enoja

	<u>NIÑAS</u>	<u>NIÑOS</u>	<u>TOTAL</u>
1. Si	31	32	63
	49.2	50.8	52.5
	52.5	52.5	
	25.8	26.7	
2. No	23	27	50
	46.0	54.0	41.7
	39.0	44.3	
	19.2	22.5	
9. No contesto	5	2	7
	71.4	28.6	5.8
	8.5	3.3	
	4.2	1.7	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%

Los niños imitan a su héroe
para sentir poder

	<u>NIÑAS</u>	<u>NIÑOS</u>	<u>TOTAL</u>
1. Defensa personal	16 42.1 27.1 13.3	22 57.9 36.1 18.3	38 31.7
2. Defensa con armas	1 33.3 1.7 .8	2 66.7 3.3 1.7	3 2.5
3. Peligroso	3 33.3 5.1 2.5	6 66.7 9.8 5.0	9 7.5
4. No peligroso	1 100.0 1.7 .8	0 .0 .0 .0	1 .8
5. No les gusta	8 57.1 13.6 6.7	6 42.9 9.8 5.0	14 11.7
9. No contesto	30 54.5 50.8 25.0	25 45.5 41.0 20.8	55 45.8
TOTAL	<u>59</u> 49.2	<u>61</u> 50.8	120 SUJETOS 100%

EL agrado o desagrado del
niño por el sexo del héroe

	NIÑAS	NIÑOS	TOTAL
1. Masculino	22	53	75
	29.3	70.7	62.5
	37.3	86.9	
	18.3	44.2	
2. Femenino	29	2	31
	93.5	6.5	25.8
	49.2	3.3	
	24.2	1.7	
9. No contesto	7	6	14
	53.8	46.2	11.6
	11.9	9.8	
	5.8	5.0	
TOTAL	59	61	120 SUJETOS
	49.2	50.8	100%