

CAPITULO I

TELEVISIÓN INFANTIL

El presente capítulo presenta el tema de la televisión infantil. Se inicia con la historia de la televisión: sus orígenes y evolución al igual que la apertura que se tuvo en México, se habla de las características principales que ofrece este medio, al igual que las de la televisión infantil de entretenimiento o comercial. También se revisa la influencia o sus efectos en los niños y se concluye con la televisión infantil cultural y los beneficios que han surgido a partir de ella.

1. Antecedentes.

1.1 Orígenes y desarrollo

La televisión es uno de los más recientes resultados de la insaciable curiosidad del ser humano por lograr la reproducción gráfica del movimiento. Sus intentos cubren desde los antiguos griegos, descubridores del principio de la persistencia retiniana, pasando por los experimentos de Leonardo Da Vinci, hasta llegar a los diferentes tipos de linternas mágicas y demás juguetes ópticos, presentes a finales del siglo XIX. Antes de inventar “la caja mágica” el hombre tuvo que adquirir conocimientos en los campos de óptica, magnetismo, astronomía, química, electrónica y, sobre todo, en la fotografía y el cine (Tudesq, 1982).

La palabra televisión proviene del vocablo griego *tele* - lejos - y del latín *video* -ver-. Es el arte de producir instantáneamente y a distancia una imagen, con su correspondiente audio transmitido en una escena real o grabada por un sistema electrónico de telecomunicación. La televisión se parece al cine ya que ambos medios presentan una serie de imágenes separadas: 30 cuadros por segundo en la televisión y 24 en el cine. Lo que vemos en estos medios son imágenes estáticas que nos dan la ilusión de movimiento continuo, ya que el ojo humano no puede percibir o retener la impresión de las imágenes más de una décima por segundo. Al proyectarse éstas con mayor rapidez, el ojo humano las funde y ocurre la sensación de movimiento (John, 1980).

Tras un largo periodo experimental, surge la televisión a partir de los años cuarenta. La historia nos indica que el primer servicio regular de la televisión

se lleva a cabo en el centro Paul Nipkow de Berlín en 1935. En noviembre de 1936, la BBC de Londres inaugura el servicio de televisión británica. Al inicio de las transmisiones, la audiencia es escasa debido a la mínima fabricación y distribución de los receptores (Aguaded, 1999).

En el marco de la Olimpiada de 1936 y ante la importancia del evento, sucede una serie de innovaciones en esta área; Gutiérrez (1982) citando a Faus Belaus menciona lo siguiente:

- Se cubre el evento por varios medios, los cuales utilizaron dos tipos de cámara existentes hasta esa época: la de Baird, y la de Farnsworth
- Se utiliza por primera vez una unidad móvil.
- Se dotan a las cámaras de tele objetivos (Zoom).

El poco desarrollo tecnológico y económico que acontecía durante aquella época repercute notablemente en el progreso de la televisión. Durante este periodo se produce un fenómeno importante: la utilización de la película cinematográfica para retransmitir la información a la televisión. Sin embargo, a finales de la década de los treinta en el transcurso de la segunda guerra mundial se detiene el proceso tecnológico que hasta esos días había tenido la televisión. En esa época únicamente las emisoras alemanas y algunas estadounidenses se mantuvieron al aire.

Paralelo a este conflicto bélico, en América se experimenta con la televisión a color. Sin embargo, por la escasez de receptores, las nuevas investigaciones pasan desapercibidas. Entre 1945 y 1960 existe una clara influencia de la radio y el cine sobre el trabajo de quienes comenzaban a producir programas televisivos; estos medios nunca cerraron sus puertas. La radio ofrece programas musicales que la televisión refuerza con la presentación de artistas, que después configurarían los shows o espectáculos. Esto da origen a la creación del play back (Tudesq, 1982).

Los espacios dramáticos también son tomados en cuenta por la televisión; es en este momento cuando los estudios de televisión tienen una reestructuración necesaria para el movimiento de los actores y de las cámaras. Igualmente los concursos surgen y mantienen un papel importante; todo lo que pueda llamarse espectáculo domina una gran parte de la programación. En su relación con el cine, la televisión inicia la producción de documentales, la proyección de filmes con espacios intermedios de publicidad.

En la década de los cincuenta, el área informativa poco a poco empieza a tener importancia. Sin embargo parece una etapa experimental, ya que se vuelven a explotar las fórmulas de radio y de cine. Para estos días, la evolución en el área informativa sigue un paso lento. La CBS cubre territorio americano y sus noticieros tienen una duración de 15 minutos. Paulatinamente, se extienden a los 20. Ya en los años sesenta los noticieros tendrían una duración de 30 minutos (Albert, 1982).

La apertura de la televisión da como resultado que en los años sesenta la cobertura de las emisiones de televisión abarquen ya casi cien países en el globo terráqueo.

Durante esta década existen dos rasgos importantes en la televisión mundial: a) se amplían los horarios de transmisión y b) los gustos de la audiencia comienzan a influir en la programación. Ya ha mediado de esta década en Europa y Estados Unidos, las variedades, las telenovelas, y los programas de concursos empiezan a predominar en los espacios televisivos (Balle, 1988: 205).

Es relevante mencionar que a partir de estos años la televisión gana mayores audiencias consolidándose como un medio masivo. Es entonces cuando el incremento en el número de personas con aparatos receptores se nota. Países como Inglaterra, Holanda, Canadá, pero sobre todo Estados Unidos, estuvieron a la cabeza en cuanto al número de espectadores.

Por otro lado, a fines de los cincuenta y principios de los sesenta, el primer satélite era una realidad (Telstar), y enlazaba a Europa con América. Los mensajes que a través de este satélite circulaban no intentaban otra cosa que superar la barrera de la distancia y rebasar las fronteras geográficas (Balle, 1988).

1.2 Breve historia de la televisión en México

La historia de la televisión mexicana se inició en 1946, fecha en que se inaugura la primera estación experimental XEIGC, con la transmisión de un programa artístico, a cargo del ingeniero Guillermo González Camarena. Durante dos años fue la primera estación en difundir su programación de dos horas cada sábado y sólo en la ciudad de México.

En 1950 se inaugura la primera estación comercial de México y América Latina, XHDF-TV Canal 4. Un día después se transmitió el cuarto informe de gobierno del presidente Miguel Alemán V., cuyo resultado fue algo novedoso y sorprendente para la nación. Fue tan grande el auge que ese mismo año y con apoyo de la XEW radio, el canal 2 WEW- TV iniciaría sus transmisiones, las cuales serían sólo esporádicas en sus primeros días, pero, paulatinamente, el número de receptores aumentaba cada vez más. La apertura del canal 5 XHGC, propiedad de Guillermo González Camarena, no se hizo esperar. Más adelante, mediante la unión de los tres canales de televisión, fue creado el Consejo del Telesistema Mexicano, S.A., el cual tuvo el propósito de formar una estructura más sólida para la industria, con mayores posibilidades de servicio y expansión (Beltrán, 1989).

A partir de 1955 se comenzó a enviar la señal a provincia, instalando retransmisoras mientras se formaban las televisoras locales. Posteriormente, surgen las transmisiones de la señal XHIPN del Canal 11 en 1959, propiedad hasta fecha del Instituto Politécnico Nacional, iniciando su programación con un documental y clases de matemáticas.

Al mismo tiempo, varias televisoras de provincia se organizaron para crear una empresa en común, la cual se le llamó Telecadena Mexicana. Por otro lado en 1965, Telesistema Mexicano contaba ya con dos nuevos canales: el 7 y el 9. En ese mismo año la proyección de la señal en colores ya era una realidad en los canales 2, 4, 5, 7 y el 9.

En 1966 inicia de manera experimental el proyecto de Enseñanza Secundaria por Televisión (Telesecundaria) y, para 1968, se transmite por circuito abierto el primer modelo de Telesecundaria con validez oficial por televisión con la transmisión en directo de clases (www.dgtve.sep.gob.mx. 2003).

El canal 8, propiedad de Televisión Independiente de México (TIM), empezó a difundir su señal en Enero de 1968. Se trataba de una empresa con capital de Monterrey, N.L., la cual iniciaría con transmisiones a color en México, Monterrey, Veracruz y Puebla (Albert, 1982).

Durante ese mismo año, el 12 de Octubre, se inaugura el canal 13 XHDF, con la concesión para operar para la empresa Corporación Mexicana de Televisión, encabezada por el dueño de Radio Centro. Después de cuatro años, esta pasa a ser propiedad del Estado.

Con la adquisición del Canal 13, el Estado realiza su entrada al campo de la televisión. En el segundo Informe de Gobierno, el 1ero. de Septiembre de 1972, el entonces presidente Luis Echeverría hizo un énfasis muy marcado en el que el Estado había adquirido dicha concesión con la finalidad de mejorar la calidad de las transmisiones. Para 1976 se construyen sus instalaciones del Ajusco, las cuales aun siguen vigentes (López Ortega, 1998).

En 1973, Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México (TIM) se unen para formar Televisión Vía Satélite S.A., mejor conocida como Televisa. Este nuevo consorcio iniciaría sus actividades el 8 de Enero del mismo año, al mismo tiempo que Emilio Azcárraga Milmo es designado presidente de la compañía.

En 1977 se crea, mediante decreto publicado en el Diario Oficial el 7 de julio, la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía (RTC), dependiente de la Secretaría de Gobernación. Su tarea principal era vigilar que la normatividad aplicable a la radio, a la televisión y al cine, se cumpliera.

En 1979 se dio la creación de Televisión Rural de México (posteriormente Televisión de la República Mexicana, TRM) dependiente de la Secretaría de Gobernación, cuyo fin era emitir una programación dedicada a la educación popular, a la capacitación, a la orientación, a la información y al entretenimiento de las poblaciones urbanas y rurales, su transmisión termina en 1982 (www.cpd.unam.mx.2003).

En 1981, el presidente López Portillo inaugura la primera etapa de la red nacional de Estaciones Terrenas, la cual consta de 14 estaciones para transmisión en vivo, y 21 estaciones que sólo reciben señales vía satélite. Debido a que México estaba ampliando su infraestructura de comunicación satelital, porque no contaba con un satélite propio, el gobierno solicita al consorcio INTELSAT que modifique la órbita de uno de sus artefactos para que pudiera "bañar" al territorio mexicano con sus señales.

En 1983, el gobierno federal anuncia la creación del Instituto Mexicano de Televisión, el cual queda constituido con el canal 13 y su red nacional, los canales 22 del D. F., 8 de Monterrey, 2 de Chihuahua, 11 de ciudad Juárez y la red de Televisión de la República Mexicana. Sin embargo este Instituto asumiría, a mediados de 1985, el nombre de IMEVISIÓN, ya con la apertura de una nueva frecuencia en la ciudad de México, canal 7 XHIMT.

En 1989, se inician las transmisiones de un nuevo sistema de televisión por suscripción, se trata de MVS Multivisión, que emplea tecnología nunca antes utilizada en nuestro país.

En 1992 la Unidad de Televisión Educativa y Cultural (UTECE) inicia la transmisión de la Telesecundaria y otros programas educativos a través del sistema de satélites Morelos. En 1993 pone en marcha su proyecto de transmitir teleconferencias a diversas instituciones de educación en la república.

También en 1992 se anunció por medio del Gobierno Federal la privatización de un paquete de medios; entre ellos estaban las dos redes de televisión que se habían denominado IMEVISIÓN, integrada por las cadenas de los canales 7 y 13.

El concurso se inicia en 1993 resultando favorecido el grupo encabezado por Ricardo Salinas Pliego, dueño de una cadena de tiendas de electrodomésticos, quien denomina al consorcio con el nombre de Televisión Azteca. Esa misma fecha apareció en el Diario Oficial de la Federación la autorización para que Televisa iniciara operaciones con la cadena del canal 9 XEQ-TV, sin la necesidad de ningún concurso (Balle, 1988).

En marzo de 1994, Televisa anuncia su proyecto de iniciar el servicio de televisión vía satélite directa al hogar, conocida como Direct to Home. Se trata de un nuevo sistema que permite la transmisión de señales de televisión a los hogares directamente desde un satélite. Para ese mismo año se consolida la Red Satelital de Distribución de Televisión Educativa (EDUSAT) planeada desde 1966, mediante la cual se transmiten seis canales de televisión educativa a 11 mil escuelas en todo el país.

El 19 de Junio de 1995 comienza transmisiones formales del canal 40 del Distrito Federal, una opción en la banda de frecuencias ultra elevadas (UHF). La concesión para operar este canal es obtenida el 23 de Septiembre de 1991 por la empresa Televisión del Valle de México, S.A., propiedad del empresario Javier Moreno Valle. Sus transmisiones de prueba se inician el 5 de Diciembre de 1994.

En el segundo semestre de 1996 hay un proyecto que muestra solidez y este es el de Direct TV, sin embargo el consorcio mexicano Televisa decide redoblar esfuerzos y firma alianzas con News Corporation y O'Globo,

compañía brasileña, de modo que deciden lanzar el sistema Sky Entertainment Services. Al igual que Direct TV, empieza a operar.

En la actualidad, en lo que se refiere a televisión abierta, Televisión Azteca cuenta con dos canales, 7 y 13 y, por su parte, Televisa ostenta cuatro cadenas nacionales a través de los canales 2, 4, 5 y 9. De esta manera se mantiene una competencia, no muy equitativa, entre Televisión Azteca y Televisa.

1.3 Breve Historia de la televisión en Puebla.

La Televisión de Puebla nace como una consecuencia de la creciente demanda de los individuos por integrarse al acontecer de su comunidad y es así como el 5 de Noviembre de 1961 se inician los trabajos de instalación del canal 3 Televisión de Puebla, ahora llamada Televisa Puebla.

La primera transmisión fue el 5 de mayo de 1966, con un programa especial desde el Teatro Principal. Es hasta el 31 de marzo de 1984 que hace su aparición en los televisores de Puebla la señal de XHP Canal 3 Televisión de Puebla, como un canal local, con comercialización propia y su primer programa de producción local, el noticiero “Día con Día”.

Actualmente Televisa Puebla tiene una cobertura amplia que cubre los Estados de Tlaxcala, Morelos, Estado de México y la zona centro de la Mixteca Poblana. Cuenta con una programación variada como programas de videos, concursos, programa de revista sugerido para amas de casa, etc. A partir de marzo del 2002, la señal es transmitida por vía satélite dentro del sistema SKY y ésta es recibida en el canal 133 en toda la Republica Mexicana, sur de Estados Unidos y Latinoamérica (Pérez, 2003).

Otro canal local es de la empresa Televisión Azteca, el cual inició su transmisión en el año de 1997 con un noticiero local y hasta la fecha es lo único que siguen transmitiendo.

1.2 Algunas características de la televisión

La televisión posee la peculiaridad de presentar estímulos visuales y auditivos, por ello es un medio sumamente eficaz en comparación con los demás medios de comunicación social.

La televisión se impone sobre otros medios y deja atrás al cine por penetrar en el hogar, en la vida diaria y llegar a formar parte del cúmulo de hábitos de cualquier hombre de nuestra época, la televisión está en el hogar, sólo se necesita encenderla.

La televisión ejerce gran atractivo y ha desplazado, en gran medida, en cuanto a preferencia del público a los demás medios. La televisión pone en juego varias motivaciones que son aprovechadas por quienes la utilizan para la venta de productos, así como para la implantación de ideas políticas o sociales. El público no necesita de una determinada edad para ver la televisión (Salinas, 1999).

Orozco (1996) opina que la audiencia es mayor en la clase socioeconómica baja, atrayendo también gran parte de la clase media. Intervienen en la composición de las audiencias específicas otros factores como la edad, sexo y condiciones de vida. Lo anterior es determinante en la preferencia del horario en que la audiencia se expone a ella y, desde luego, en los efectos. Los promedios de audiencia, en cuanto a la duración de la exposición, varían; así como los hábitos de ver televisión.

Los motivos por los cuales se ve televisión van desde la simple diversión hasta casos de completa adicción. En esto influye la personalidad del individuo y el medio ambiente que le rodea. Ver televisión es hoy en día una actividad que rebasa la idea de la pasividad y la inconciencia. Decir que ver televisión enajena y moviliza al consumo de modelos de vida y productos de baja calidad es reducir al televidente a un ser que se abandona de forma incondicional y simple ante los medios masivos de comunicación. La interactividad que se produce al ver televisión genera respuestas. Las capacidades de análisis y reflexión por parte de la audiencia hacia el discurso televisivo varían enormemente según los lugares sociales y psicológicos desde donde el individuo (o la familia) ve y oye televisión. La mayoría de los televidentes experimentan y externalizan, en este sentido, al menos, algún sentimiento u opinión tácita o explícita (Martínez, 1994:106).

Cabero (1989) afirma que ver televisión va más allá de satisfacer necesidades de información, conocimiento, autoafirmación o entretenimiento. Esta actividad humana propicia una inclusión múltiple en el mundo. La necesidad de pertenencia enriquece la visión hacia la problemática social, política o económica que se vive en los distintos puntos del planeta, aún cuando las formas de informar, interpretar y representar las distintas situaciones se acerquen o se alejen de la realidad concreta del televidente.

Esta reflexión no incluye todas las posibilidades que se generan al ver televisión, sólo nos acerca a la idea de incluirnos de manera activa y consciente al proceso de recepción televisiva, proceso que comprende diversos momentos: antes de prender el televisor, el tiempo en el que se ve la televisión y lo que se genera luego de apagar el televisor.

Al mismo tiempo es importante reconocer que no se está frente a la televisión con la mente en blanco, sino que se traen consigo ideas, actitudes, conocimientos, modelos de conducta o valores, es decir, una suma cultural que interactúa con los contenidos y significados de las composiciones audiovisuales que ofrecen los programas televisivos (Cabero, 1989).

Lo que ocurre dentro del proceso de recepción televisiva es un problema que preocupa, sobre todo, a los interesados en potenciar la recepción creativa y reflexiva. En los niños, sin embargo, es importante aprovechar los recursos televisivos como herramienta de aprendizaje o como medio de comunicación dentro del hogar. Los programas deben ser una mezcla de conocimiento, diversión y calidad (Gallego, 1997).

1. 3 Televisión Infantil de Entretenimiento (Comercial)

1.3.1 Televisión comercial

El origen de la televisión infantil es casi paralelo al origen de la televisión misma. La amplia gama de producciones televisivas se dirigen a los niños de edades preescolares y primarias a través de distintos géneros como son los dibujos animados, los shows musicales, los concursos, las dramatizaciones, etc. Estos programas se iniciaron hacia los últimos años de la década de los cuarenta y actualmente ocupan un lugar importante en el tiempo total de la programación televisiva en casi todos los países (Fernández-Collado, Baptista, Elkes, 1986).

La televisión comercial es uno de los medios de comunicación con mayor presencia en la sociedad, lo que la ha llevado a considerarla como uno de los medios básicos. Cerezo (1994) asegura que el poder del medio radica en “su capacidad de impacto, penetración social y poder hipnótico, debido a su percepción audiovisual”. Dicho de otra forma, el poder que se le concede a la televisión como instrumento de socialización y formación de hábitos y valores es muy grande. Esto repercute para que se contemple como el medio que dirige nuestra cultura y los valores que en ella se movilizan.

Su importancia es tal que el volumen de receptores aumenta constantemente, así como sus posibilidades que se han visto transformadas por las oportunidades que ofrecen la tecnología digital e interactiva.

La televisión comercial es uno de los medios que tiene mayor importancia por estar presente en prácticamente todos los hogares e influir en el pensamiento y el actuar cotidiano de sus receptores. Su programación, independientemente de su intencionalidad (enajenar, entretener o informar), nos muestra modelos de sociedades, de hombres, de mujeres, de formas de vida, de relaciones sociales, de vida cotidiana, que contienen determinada visión del mundo. Esta se impone sobre otros medios y deja atrás al cine por penetrar en el hogar, en la vida diaria y llegar a formar parte del cúmulo de hábitos de cualquier hombre de nuestra época, la televisión está en el hogar, sólo se necesita encenderla (Cabero, 1989).

Además de que posee características que permiten combinar estímulos visuales y auditivos, una organización en el espacio y en el tiempo que le da una gran efectividad, es un medio que sitúa parte del individuo en la medianía, en comparación a la conversación cara a cara y los libros, más cercano a la conversación personal. El medio de la televisión entrega sus mensajes con una gran rapidez, lo cual impide una buena labor de crítica y discernimiento.

Está demostrado que el contenido de los mensajes de la televisión, sobre todo en los países subdesarrollados, es de baja calidad, con altos contenidos de violencia, agresión y exaltación de valores que no están de acuerdo con los intereses de nuestra sociedad. De igual forma, la exaltación del individualismo, el énfasis por el dinero y los bienes económicos están casi siempre presentes. La televisión ayuda a la formación de imágenes estereotipadas con respecto a profesionales, grupos étnicos, geográficos, religiosos o políticos (Cerezo, 1994).

En muchas ocasiones el material presentado por la televisión no resulta benéfico para el público receptor. Aunque el número de programas ha aumentado, seguimos recibiendo mensajes que nos dañan, que no van de acuerdo con nuestra naturaleza Sin embargo, los consumimos, asimilamos y retenemos.

La televisión comercial es el medio que cuenta con mayor audiencia, pero antes de contribuir al desarrollo cultural, social, económico y personal de sus perceptores, les distrae de tareas más edificantes. Sin embargo, mientras mayor sea el nivel educativo de la audiencia, la tendencia es hacia ver menos televisión (Orozco, 1996).

Salomon (1984) menciona que los efectos que ejerce la televisión varían en grado y calidad, en distintas áreas y pueden ser meditados o generados en forma inmediata. Tal efecto se puede estudiar en dos sentidos: general y limitado. El sentido general se refiere a la acción en la cual el efecto no puede ser concretado en ninguna área específica. En el sentido limitado, los procesos que se desarrollan como consecuencia de la exposición a la televisión tienen lugar en áreas específicas de la conducta del individuo.

Todos los medios de comunicación son utilizados con efectos pocos productivos para lograr desarrollar el potencial cultural de nuestros pueblos. No se trata sólo de comunicar, sino de controlar las reacciones del receptor (Orozco, 1996).

1.3.2 Los niños y la televisión comercial

Rothemberg (1975) opina que es indudable que la televisión comercial constituye una fuente efectiva en la creación y formación de actitudes en los niños, ya que desde temprana edad, son sometidos a su influencia. Esto se acentúa cuando para un gran número de niños se convierte en un miembro más de la familia que les asegura compañía y diversión.

La observación de la realidad adquiere un significado especialmente agudo si nos referimos a los menores de edad. Según la teoría de socialización comunitaria de Pasquali (1992), en donde se cita a Erickson, es entre los 2 y 6 años en que se perfilan los sentimientos preferenciales hacia la madre, padre, familiares y otras personas significativas; a través de este proceso el niño adquiere habilidades y formas de comportarse en la sociedad.

Cabero (1993) deduce que es a partir de los 4 a 5 años de edad que se establecen los hábitos permanentes y las características emocionales, jugando un papel decisivo la imitación y la identificación. Entendemos por identificación la adopción de pautas de conducta y actitudes de sus padres y otras personas significativas para él: maestros, familiares o bien algún personaje de la televisión; esto ocurre en forma inconsciente. En tanto que la imitación es consciente.

Pero ¿por qué los niños ven televisión?, esa es quizás una de las preguntas que tendrían una innumerable cantidad de respuestas.

Los niños recurren a la televisión para satisfacer sus necesidades de distracción, reducir las tensiones y como medio para obtener información.

Las motivaciones personales resultan un factor situacional externo al niño: Santoro afirma “el niño ve televisión porque le es impuesta por el medio”, la ve porque no le queda otro remedio. Le es ofrecida en el ambiente del hogar y se le refuerza la conducta de contemplación por los padres. En muchos casos constituye la única compañía del niño y a veces se convierte en una especie de niñera. El ver televisión es un hábito que se refuerza diariamente a través de gestos, sonrisas y aprobaciones verbales de los adultos. (Santoro, 1990:152).

Pero ¿cuánto tiempo le dedican los niños a la televisión? Ver televisión es la actividad líder del niño. Ellos gastan más tiempo viendo televisión que haciendo cualquier otra cosa que no sea dormir. El tiempo dedicado a la televisión varía en función de la edad, sexo, clase social y está en relación con el tiempo dedicado por los padres a esta actividad; en promedio los niños ven de 22 a 25 horas semanales de televisión. En los preescolares esa cifra llega a un promedio de 54 horas por semana, lo que significa de 7 a 8 horas diarias. En general, se puede decir que durante el transcurso del año, los niños pasan más tiempo frente a la televisión que en la escuela (Fernández-Collado, Baptista, Elkes, 1986).

El total de tiempo dedicado a ese medio de comunicación es a veces tan elevado que, aparentemente, queda poco tiempo para comer, ir a la escuela o dormir. Esto se debe a que los niños ven televisión mientras almuerzan o cenan, mientras leen un libro o hacen sus tareas. Es la televisión más que cualquier otro medio la que proporciona una base común de información en las primeras fases de socialización del niño (Fernández-Collado, Baptista, Elkes, 1986).

La televisión explota comercialmente a los niños más pequeños. Los fabricantes de juguetes ganan muchísimo dinero al año por lanzar al mercado sus productos para niños. Los fines de semana por la mañana, particularmente, se han convertido en un nuevo terreno a explotar con comerciales de juguetes, para vender más sus productos; y se duplica cuando son fechas como Día del niño, Navidad y Día de reyes (Estrada, 2003).

Los comerciales de televisión proyectan estereotipos con relación a aspectos raciales, sociales, culturales, sexuales, así como también hábitos alimenticios.

Entre los productos que más incitan a comprar a los niños están los cereales, galletas y bebidas, tales como jugos artificiales y refrescos, además de múltiples golosinas. Ese excesivo número de comerciales que sugieren alimentos ha sido ligado a la obesidad infantil. Además, 70 % de los comerciales contienen información errónea, engañosa o ambas, que los niños creen como verdadera.

De tal manera que, “la televisión no sólo ofrece sino que impone experiencias, condicionamiento a los niños, pues ellos son el principal blanco hacia el cual van dirigidos la mayoría de los anuncios comerciales” (Strasburger, 1989: 97).

En cuanto a los efectos que produce en los niños la violencia en la televisión comercial, Rothemberg (1999) dio a conocer un reporte técnico del Comité Consultivo Científico del Surgeon General’s publicado en 1972 bajo el título de “Televisión y Conducta Social”, el cual reúne los resultados de 23 proyectos de investigación. En este reporte se concluyó que había una relación causal entre ver violencia en televisión y la agresión en los infantes. Por otra parte se plantea que los niños pueden volverse apáticos ante la violencia de la vida real, después de observar violencia en un programa de televisión.

Santoro (1990), en su revisión sobre los efectos psicológicos de la violencia en los medios, identificó cuatro aspectos importantes:

a) Efectos en el aprendizaje: de acuerdo a lo señalado en 1982 por el Instituto Nacional de Salud Mental. La violencia en la televisión conduce a conductas agresivas en niños. Gran proporción de estas conductas son aprendidas por observación y retenidas por largos períodos de tiempo. No obstante, los niños también pueden aprender de la televisión muchos valores sociales, como cooperación, ser amables con los demás y aspectos relacionados con su escolaridad.

b) Efectos emocionales: la televisión es un medio de gran penetración y en los niños surte efecto en las áreas emocionales, cognoscitivas y conductuales. Es decir, influye en sus intereses y motivaciones hacia objetos comerciales o hacia su formación integral. Como resultado de la repetición de violencia en los medios de comunicación de masas hay un decremento en la sensibilidad emocional del niño ante la violencia. Por otra parte, hay un incremento en la agresión y la capacidad de ser violento o agresivo con otros. Además los niños demuestran mayor agresividad en sus juegos y prefieren seleccionar la agresión como respuesta a situaciones conflictivas.

c) Efectos en la respuesta de catarsis: la observación de escenas de dolor, horror y sufrimiento resulta en catarsis. Es decir, estos sentimientos pueden ser descargados en forma continua durante o después de la observación de programas de contenido violento.

d) Efectos en la conducta: la imitación es muy importante en la adquisición de la conducta, ya sea adaptada o desviada.

La televisión ofrece modelos simbólicos que juegan un papel fundamental en la conformación de la conducta y la modificación de normas sociales. Dichos modelos simbólicos pueden ser positivos (conductas normalmente aceptadas por la sociedad) o negativos (conductas rechazadas por la misma). Los niños también pueden aprender a creer que las conductas agresivas son una solución aceptable a la provocación, ya que en los programas violentos estas conductas son vistas como moralmente justificables (Santoro, 1990).

Según Feinbloom (1989), los efectos de la violencia física en televisión afectan selectivamente a los niños, mientras que las niñas manifiestan igualmente fuertes reacciones por medio de expresiones no físicas (verbales o psicológicas).

Para Gadow y Sprafkin “el hecho de ver en la pantalla de televisión conductas agresivas, inducirá una conducta similar en los niños, quienes las aprenderán por imitación” (Gadow y Sprafkin, 1989:37).

De acuerdo con Bandura (1963), los niños pueden aprender conductas agresivas a través de la observación de modelos simbólicos presentados por la pantalla de televisión.

Según Rothemberg (1999), en promedio hay seis veces más violencia durante una hora de televisión infantil que en una hora de programación de televisión

para adultos. En nuestro país no se han realizado estudios serios con respecto al contenido de episodios o escenas violentas en los programas infantiles o de adultos, de manera que nos disponemos de cifras exactas que nos guíen en este sentido.

La televisión es una herramienta muy poderosa que puede marcar la vida de un menor para siempre, ya que como es propagadora de importantes actitudes, suposiciones y valores, no puede darse el lujo de eludir sus responsabilidades y limitarse a hacer valer sus derechos. Si bien la televisión no mata gente, proporciona las ideas, la aprobación social y, a menudo, hasta las instrucciones que estimulan la conducta antisocial. Quienes se benefician de las enormes oportunidades que ofrece la industria del espectáculo para ganar dinero y adquirir status, deben actuar como ciudadanos y su compromiso debe ser el brindar a los niños un ambiente culturalmente sano (Martínez, 1994).

Es preciso tomar en cuenta que la televisión, en sí misma, no debe ser satanizada. Puede ser un instrumento eficaz para el desarrollo y enriquecimiento humano. Programas excelentes han demostrado que la televisión puede enseñar a los niños nuevas habilidades, ampliar su visión del mundo y promover actitudes y conductas pro sociales (Pérez- Tornero, 1994).

Sin embargo, Cerezo (1994) considera que la televisión comercial tiene objetivos diferentes del desarrollo personal y cultural, la intención no es enjuiciar a la televisión comercial, ni culparla de toda la violencia. Sólo se pretende destacar la necesidad de conocer más profunda y particularmente el terreno de nuestra televisión, en función de sus posibles efectos sociales en la generación de conductas agresivas y otras pautas de conducta aprendidas por imitación, haciendo énfasis en el sector de espectadores de menor edad, ya que ellos constituyen en todo momento los más indefensos psicológicamente.

1.4 Televisión Infantil Educativa (Cultural – Social)

Es un hecho comprobado que en muchos países, incluido México, los niños pasan muchas horas frente al televisor una muestra clara se observa más adelante en el capítulo de resultados el cual se reporta que los niños ven en promedio trece horas a la semana. Más aún, se ha descubierto que de la televisión los niños aprenden, aunque ésta no se proponga educar y a pesar de que los maestros no lo hayan reconocido totalmente. Mucho de lo aprendido por televisión resulta más relevante para la vida diaria de los niños que lo que

aprenden en la escuela. El problema reside en la vinculación sistemática de toda esa programación que no se considera educativa y que desgraciadamente es con la que cotidianamente intercalan los niños televidentes (Salinas, 1999).

No obstante, es necesaria una mayor sensibilización para que tanto en el sector académico como en la sociedad en general, se aprecie la posibilidad de transformar la recepción televisiva, estimulando el proceso educativo en general.

Para Pérez-Tornero (1994), la incorporación de la televisión a prácticas educativas debe tener componentes que lo apoyen como herramientas facilitadoras del proceso de enseñanza-aprendizaje que los niños manejen. Por ejemplo las siguientes:

- El aprendizaje no se encuentra en función del medio, sino fundamentalmente sobre las bases de las estrategias y técnicas didácticas que apliquemos sobre él.
- Los niños no son unos procesadores pasivos de información, por el contrario, son receptores activos y conscientes de la información mediada que les es presentada, de manera que con sus actitudes y habilidades cognitivas determinarán la posible influencia cognitiva, afectiva o psicomotora del medio.
- No debemos pensar en el medio televisivo como globalidad sino más bien como la conjunción de una serie de componentes internos y externos: sistemas simbólicos, elementos semánticos de organización de los contenidos, componentes pragmáticos de utilización, susceptibles cada uno de ellos, en interacción e individualmente, de provocar aprendizajes generales y específicos.
- En vista de que los menores están descubriendo el mundo, un buen programa debe ser informativo, dejarles una enseñanza, motivar en ellos conductas pro sociales y entregarles valores que ayuden en su desarrollo moral. Asimismo, no debe existir violencia, lenguaje obsceno y descalificador, contenidos sexuales inapropiados, ni nada que los perturbe mental y físicamente.

Sin pretender en absoluto acotar y cerrar el tema, lo expuesto hasta aquí, nos lleva a señalar que cualquier modelo que se formule respecto al funcionamiento psicodidáctico de la televisión en el proceso de enseñanza-aprendizaje, debe asumir una serie de variables y componentes que superen los estrictamente técnicos y estéticos; debe estar dirigido por el principio de lo dinámico donde se produce dicha contextualización.

Asimismo, un buen programa mezcla fantasía y realidad. Si bien los menores necesitan echar a volar la imaginación para estimular su creatividad, también les interesa lo que sucede a su alrededor. Se reconoce que seducir a los menores con programas educativos no es un proceso rápido, pero existe convencimiento de que es posible, porque el gusto por las cosas es algo aprendido. Si bien al ser humano históricamente le ha atraído la violencia - por ejemplo, el circo romano- y hemos sido socializados en esta pasión por la adrenalina a través de los medios de comunicación, los productores de programas de televisión infantil pueden inculcar en los niños la afición o el gusto por otro tipo de programas televisivos acordes a su desarrollo (Cabero, 1998).

Como conclusión en este capítulo, se expone la guía del Consejo Nacional de Televisión, (www.cntv.cl, 2003) para elegir programas de calidad para los Niños. Esta guía consiste entre otros aspectos en ofrecer lo siguiente:

Claridad: que la enseñanza transmitida sea fácilmente comprensible para el público objetivo.

Importancia: que la enseñanza sea un elemento relevante a lo largo de todo el programa y constituya un foco temático definido.

Atracción: que la enseñanza sea presentada de manera que interese y desafíe a la audiencia, haciéndola participar.

Aplicabilidad: que el niño pueda aplicar lo aprendido en su vida cotidiana o escolar, resultándole útil.

Un programa con estas características enseña a los niños:

Habilidades cognitivas: desarrollan el pensamiento lógico, la resolución de problemas y la capacidad de concentración.

Habilidades psicosociales: aprender a vivir consigo mismo y los demás, a superar miedos, a adquirir responsabilidades y modelos de comportamiento, a valorar las cosas.

Hábitos de bienestar físico y manualidades: enseña a cuidar el cuerpo, tener una alimentación sana y a desarrollar habilidades manuales.

Conocimientos: entrega datos, explica fenómenos científicos, sucesos históricos y el funcionamiento de las cosas.

Para conocer más acerca de las características de la televisión dirigida a niños, en el siguiente capítulo se desarrolla el tema de la televisión educativa.