

# UACM

Universidad Autónoma  
de la Ciudad de México

---

*Nada humano me es ajeno*

COLEGIO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES  
LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**Las caricaturas como medio de aprendizaje de actitudes y comportamientos.  
Análisis de la recepción de la caricatura “Hora de Aventura” por parte de niños de 6 a 10 años  
de la escuela Fray Martín de Valencia**

TRABAJO RECEPCIONAL  
PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTA

**Karen Gabriela Vizcaya Martínez**

Director del trabajo recepcional

**Dr. Jerónimo Luis Repoll**

México, D.F. Noviembre de 2015.

## SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

### RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

#### DERECHOS RESERVADOS ©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

## *Agradecimientos*

### *A mis padres*

*Beatriz y Arturo, que han hecho de mí una mujer de bien, una persona humana, tenaz, trabajadora, responsable y por enseñarme a disfrutar del camino de la vida con amor y fe. Por otorgarme la libertad de elegir y volar. Por creer siempre en mí.*

### *Hermano*

*Diego, por ser ejemplo de constante aprendizaje, por enseñarme a seguir adelante y no rendirme. Por ser mi amigo, cómplice, por nunca soltarme la mano y caminar junto a mí.*

### *A mi querida UACM*

*Porque dentro y fuera de sus aulas conocí personas extraordinarias, un mundo de conocimientos y nuevos caminos del saber.*

*Gracias al Dr. Jerónimo Repoll por confiar en mí desde el principio, darme la libertad de elegir, proponer e innovar en esta tesis. Por guiarme y tenerme paciencia. Gracias también a mis lectores, por su ayuda intelectual pero sobre todo por su gran calidad humana. Gracias a la profesora Elizabeth Bellón por sus palabras de inspiración.*

*Viajé, amé, y aprendí como nunca. Gracias por el conocimiento y sobre todo, gracias por fomentar en mí el amor por la lectura y escritura.*

*Gracias a la escuela Fray Martín de Valencia. Director, docentes y a sus alumnos por brindarme la oportunidad de entender y mirar académicamente este proceso comunicativo.*

*Con mucho amor, profundo respeto y cariño. Carpe Diem*

*Gaby*

## Contenido

Introducción .....	5
Capítulo 1. Construcción del Objeto de estudio .....	8
Capítulo 2. Antecedentes y Contexto .....	15
2.1 Surgimiento de las caricaturas.....	15
2.2 Las caricaturas y la televisión, panorama de las caricaturas japonesas y norteamericanas .....	19
2.3 Las caricaturas en papel de Estados Unidos .....	24
2.4 Las caricaturas televisivas en América Latina .....	26
2.5 Caricaturas en México .....	29
2.6 Clasificación y Evolución de la programación infantil .....	34
2.7 Panorama de las preferencias y el consumo infantil .....	37
2.8 Ficha Técnica, origen, personajes, descripción general de la caricatura. Surgimiento de la caricatura “Hora de aventura” .....	39
Capítulo 3. Estado del Conocimiento.....	44
3.1 Estudios de la recepción Infantil.....	44
3.2 Investigaciones de la recepción infantil enmarcadas desde estudios los culturales.....	57
3.3 Infancia, medios y violencia: una convivencia difícil .....	61
3.4 Recapitulación de las investigaciones encontradas .....	67
Capítulo 4. Entendiendo al receptor.....	68
4.1 Propuestas teóricas respecto a la recepción. Algunas ideas y teorías utilitaristas previas a las Teorías de la recepción.....	69
4.2 Los estudios de la recepción en el campo de los estudios culturales .....	73
4.3 El modelo de Stuart Hall .....	75
4.4 Entendiendo la recepción desde la cultura.....	78
4.5 La teoría de las múltiples mediaciones .....	81
4.6La familia y la escuela instituciones de mediadoras .....	85
4.7Recapitulación .....	92
Capítulo. 5 Metodología .....	93

5.1 Definición del método .....	93
5.2 El método mixto de investigación.....	94
5.3 La metodología Cualitativa .....	96
5.4 La metodología Cuantitativa.....	98
5.5 Definición de técnicas de la investigación .....	99
5.6 La encuesta y el cuestionario.....	100
5.7 El psicodrama .....	101
5.8 Diseño de la Estrategia metodológica.....	108
<b>Capítulo 6. Descripción y Análisis de resultados.....</b>	<b>111</b>
6.1 Interpretación de resultados aplicados a niñas y niños de 6 a 10 años de edad de la escuela primaria “Fray Martín de Valencia” .....	145
6.2 Supuesta participación de las caricaturas sobre la conducta de los niños.....	156
6.3 Apuntes finales a manera de cierre .....	157
6.4 Resultados de la indagación con los padres de Familia y su mediación.....	158
6.5 Apuntes a manera de cierre .....	165
6.6 Levantando el telón, una mirada a la recepción infantil, los niños de la escuela Fray Martín de Valencia .....	166
6.7 Dramatización.....	173
6.8 Al cerrar el telón .....	200
CONCLUSIONES .....	225
Referencias consultadas .....	237

## Introducción

Entender la recepción se suscribe como un acto meramente visionado, sin embargo; diversas investigaciones y autores fueron desentrañando una serie de apuestas para entender a la recepción como un proceso complejo y completo, en donde el receptor es un agente sumamente activo. Para comprender proceso de recepción televisiva es preciso mirar al agente receptor como un consumidor sumamente selectivo, mediado y con un proceso más dilatado en el tiempo, ya que interviene el contexto en el que se desenvuelve el televidente, sus actitudes y opiniones.

Actualmente se conocen diversas investigaciones que indagan a la recepción dentro del quehacer educativo. Autores que desde los años ochenta han estudiado este proceso por mencionar algunos son: (Cornejo, 1994, Charles y Orozco, 1990).

De acuerdo con las aportaciones que se han venido gestando, es casi innegable llegar a pensar que la televisión tiene cierta participación en los comportamientos de los niños y niñas, sin embargo; desde los estudios de recepción activa se puede comprender el proceso de recepción como un proceso complejo en el cual el sujeto es un *televidente activo*, que negocia, intercambia, interactúa y selecciona lo que observa de los medios.

Bajo este argumento, el tema central de la presente investigación fue explorar la participación que tienen los medios de comunicación (caricaturas) como medio de aprendizaje, impulsando actitudes y comportamientos desde la apropiación de los mensajes en las niñas y niños, ya que este medio de comunicación es considerado como un potente agente socializador infantil.

Desde el principio quise comprender los diferentes procesos en los que las niñas y niños se desenvolvían para entender su proceso de recepción a través de sus comportamientos. Para ello, realicé una investigación en la cual incluí el consumo, la mediación y parte de apropiación que se observa en los pequeños. Esto lo logré

con diversas etapas que me permitieron presentar un proyecto con diversas miradas. Para ello, tomé como referencia autores fundamentales en materia de recepción televisiva infantil un ejemplo es Guillermo Orozco incluyendo el modelo de múltiples mediaciones y el concepto de *Televidencia* entre otras aportaciones. De igual forma, esta investigación tiene sustento en la teoría de Stuart Hall, que ayudaron a comprender el proceso de comunicación básica.

Vale la pena aclarar que la presente investigación se elaboró con ayuda del método mixto. Con ayuda de la metodología cuantitativa se reunieron datos casi precisos del consumo, horas, preferencias televisivas. Y para comprender de cerca el proceso de recepción infantil se utilizó como herramienta cualitativa el Psicodrama del cual se hablará más adelante.

Es importante sostener que siempre se intentó comprender el proceso de recepción infantil con una mirada humana, para que así, con ayuda de los resultados se intentara despertar hábitos responsables de consumo televisivo infantil, concientizar tanto a padres y maestros. Incluso quizá buscar educar en materia de comunicación posteriormente.

De este modo la presente investigación estará comprendida por seis capítulos que se desarrollan de la siguiente manera.

- Capítulo 1. *Construcción del objeto de estudio*, en este apartado se fundamentan las primeras aproximaciones, planteamiento del problema, preguntas centrales y premisas, así como la justificación.
- Capítulo 2. *Antecedentes y contexto*, se explica detalladamente el origen de las caricaturas así como su evolución a través del tiempo de manera casi precisa y bien documentada.
- Capítulo 3. *Estado de la cuestión*, se señala de manera detallada las diversas investigaciones que han tomado como referencia a los estudios de recepción infantil y sus aportaciones.

- Capítulo 4. *Marco Teórico*, se basa en las diversas teorías que fundamentan la presente investigación, como es el caso del autor Guillermo Orozco y Stuart Hall.
- Capítulo 5. Metodología, aquí se aborda de manera clara los informantes, los instrumentos y la ruta metodológica que se siguió.
- Capítulo 6. Descripción y análisis de resultados, aquí se informan los datos más importantes encontrados durante y después de la investigación así como su análisis. A manera de cierre datos importantes y un reporte de conclusiones.
- Finalmente se muestran las referencias consultadas y los anexos para su consulta.

#### **NOTA ACLARATORIA**

Por propósitos académicos algunos nombres de los participantes fueron cambiados para proteger su identidad. Los audios y fotografías que se tomaron fueron supervisados y autorizados por el director de dicha institución manteniendo siempre el respeto y protección a los niños y padres de familia.

**AGRADEZCO A LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO POR EL APOYO QUE SE ME OTORGO PARA EL EMPASTASDO DE ESTE MATERIAL.**

## Capítulo 1. Construcción del Objeto de estudio

En México cada vez son más los niños que ven y utilizan los contenidos infantiles como parte de su vida diaria, la demanda de contenidos infantiles se ha incrementado considerablemente en los últimos años.

Diversos investigadores en la actualidad están teniendo enfrentamientos teóricos y metodológicos, proponiendo distintas perspectivas acerca de los efectos que tienen los medios de comunicación en la vida de los niños. Latinoamérica no es la excepción, autores fundamentales para la comunicación como Guillermo Orozco y Jesús Martín Barbero, están apoyando nuevas perspectivas del análisis de las audiencias y de la recepción televisiva.

Por ello, la presente investigación retomará el área de los Niños y los Medios de comunicación. Es a través de estas dos grandes áreas de interés como podemos conocer y aproximarnos a la recepción infantil como un proceso de apropiación de los mensajes.

En particular, considero que los medios de comunicación (caricaturas) fomentan valores esenciales para el desarrollo humano generando desplazamiento de funciones educativas que debieran ser asumidas por la familia u otra institución. Los niños se apropian y negocian actitudes y comportamientos que son aprendidos de este medio. En realidad, me preocupa que las caricaturas estén fomentando en los niños actitudes y comportamientos de manera errónea ya que considero que los medios de comunicación deberían utilizarse como medio de entretenimiento y no estar desplazando o sustituyendo algunas instituciones fundamentales del aprendizaje como la escuela o la familia.

Considero que si esta investigación no se realiza, se seguirían fomentando actitudes y comportamientos aprendidos en las caricaturas sin una conciencia crítica desde la recepción.

Dicho lo anterior, el objetivo de la presente investigación fue explorar la participación que tienen los medios de comunicación (caricaturas) como medio de aprendizaje,

impulsando actitudes y comportamientos desde la apropiación de los mensajes por parte de los niños, ya que este medio de comunicación es considerado como un potente agente socializador infantil. Esta investigación se llevó a cabo en la escuela primaria Fray Martín de Valencia con niños de 6 a 10 años de edad utilizando la caricatura “Hora de aventura” como estudio de caso.

1.- ¿De qué manera los niños de la escuela Fray Martín de Valencia se apropian de comportamientos y desarrollan actitudes de la recepción de la caricatura de la caricatura “Hora de aventura”?

Y éstas son las preguntas particulares:

1. ¿Cómo se manifiestan en los niños de la escuela Fray Martín de Valencia actitudes y comportamientos de los que se han apropiado a partir de la recepción de la caricatura “Hora de Aventura”?
2. ¿En qué situaciones Psicodramáticas los niños de la escuela Fray Martín de Valencia manifiestan comportamientos que han recibido de la caricatura “Hora de Aventura”?
3. ¿En qué medida los niños de la escuela Fray Martín de Valencia consumen los contenidos de la caricatura “Hora de Aventura”?
4. ¿Cómo es mediada la recepción de la caricatura “Hora de Aventura” por los padres y maestros?

**Objetivo General:** Explorar la forma en la que los niños de la escuela Fray Martín de Valencia se relacionan con los mensajes que ven en la caricatura “Hora de aventura” y los expresan en algunas ocasiones a través de actitudes y comportamientos. Los objetivos particulares que me permitieron cumplir con el objetivo de manera general fueron, analizar las diversas actitudes y comportamientos de los cuales los niños escuela Fray Martín de Valencia han

apropiado de la caricatura “Hora de Aventura”, indagar las situaciones Psicodramáticas en las que los niños de la escuela primaria muestran actitudes y comportamientos implícitamente o explícitamente aprendidos de los mensajes que miran en las caricaturas, precisar el consumo televisivo de los niños de la escuela primaria Fray Martín de Valencia de la recepción de la caricatura “Hora de Aventura”, indagar en la participación y mediación de los padres de familia y maestros respecto a la recepción de la caricatura “Hora de Aventura”

### **Justificación personal**

Esta investigación fue impulsada porque hace algunos años tuve la oportunidad de trabajar con niños indígenas de la zona rural del estado de Puebla, aquí surgió una inquietud por entender diversos procesos comunicativos por los que niños atraviesan y manifiestan como resultado del consumo las caricaturas, novelas, series de televisión etc. Frases como: “Yo soy un súper héroe y tengo derecho a decir mentiras” o “Las princesas no tienen que comer tanto por que el príncipe no podrá cargarlas” son el claro ejemplo de este supuesto.

Realicé una investigación para la materia de metodología cualitativa tiempo después para saber ¿Por qué los niños mexicanos tienen el mayor índice en obesidad? Dicha investigación arrojó frases sumamente peculiares por ejemplo: “Me alimento sanamente si como frutas y verduras” “me alimento con Sabritas porque son más o menos nutritivas cuando tengo hambre”.

Estas frases por mencionar algunas crearon en mí una serie de cuestionamientos: ¿Hasta dónde los medios de comunicación tienen una participación en la vida de los niños? ¿Qué repercusiones trae consigo el contacto con los medios de comunicación en su constructo mental, social y comunicativo? Y, hasta qué punto el fenómeno cotidiano de recibir contenidos de los medios de comunicación genera confusión en ellos y en su actuar.

En algunas ocasiones este tipo de temas son sinónimo de problemáticas que están relacionadas también con las nuevas tecnologías y el uso desmedido de las

mismas. Considero que en la actualidad existe una gran incongruencia entre las prácticas familiares y lo que se les quiere enseñar a los niños y el funcionamiento estructural entre lo moderno, lo tecnológico y la comunicación. Hago mención de esto porque, en la actualidad, los niños no sólo están siendo determinados por los factores básicos de aprendizaje, sino por el contrario están viviendo una nueva era, en donde algunos de ellos tienen más acceso al desarrollo tecnológico. Ello trae un cúmulo de ideas que retoman de todo lo que miran y escuchan de la T.V.

### **Justificación Académica**

El presente documento recepcional fue realizado primordialmente para aportar conocimientos respecto al tema de Niños/ Medios de Comunicación. Se hizo uso de los conocimientos adquiridos en mi formación profesional y por medio de este estudio quise aportar posibles herramientas para el análisis del tema abordado. El área de interés de esta investigación se centra en los niños y la comunicación pues es ahí donde reside la recepción, la negociación de significados y en algunos de los casos, la apropiación de valores y contravalores.

Dentro de la carrera de Comunicación y Cultura pude entender una serie de procesos en los cuales la comunicación y la cultura se desarrollan. Dando lugar a la crítica, el debate y la importancia que tienen los medios sobre la gente, desde la recepción, el análisis del discurso y los análisis conversacionales tratamos de describir lo que está a nuestro alrededor.

Académicamente, pretendí reunir diversos elementos para la comprensión de la recepción infantil, en particular de los contenidos que se encuentran en las caricaturas, los procesos de apropiación y las posibles repercusiones que tienen en las actitudes y comportamientos de los niños.

Socialmente como universitarios de la carrera de Comunicación y Cultura nos corresponde retribuir a la sociedad con aportaciones actuales que generen reflexiones críticas y analíticas. Ahora bien: ¿cómo puedo retribuir a la sociedad con aportaciones importantes? Pues realizando aportes que no sólo contengan

información si no por el contrario, que inviten al lector a conocer con más profundidad la situación actual de la recepción infantil.

Si analizamos los medios de comunicación y el resultado que estos medios generan en los niños, podemos identificar la producción de lo simbólico desde la recepción de los mensajes y las posibles problemáticas que estos generan. Esto facilitará la comprensión de diversos procesos de negociación de significado que dan los niños a estos mensajes. Los aportes de la premisa anterior se basan en los estudios de recepción que se han hecho en los últimos tiempos.

### **Justificación social**

La comunicación masiva tiene una implicación importante en la conformación del crecimiento de los niños como sujetos, esto se ve reflejado cotidianamente en los mensajes que codifican de los referentes mediáticos. Cabe aclarar que no es la recepción la que afecta a los niños, ya que ellos no son un receptáculo vacío. Si no por el contrario, considero que el problema reside en la escasa atención que se le pone a los contenidos para el público infantil. Obviando los programas violentos o con temáticas poco interesadas en la educación.

Por ello sostengo que es de suma importancia *supervisar los contenidos de los medios de comunicación para niños y el uso que se le da a este medio*. Mediante dicha supervisión sabré en qué punto los medios de comunicación están mezclando ideales, construyendo pensamientos, ejerciendo una influencia importante en la cultura y en algunos casos imponiendo valores de actuar y del ser.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, (INEGI, 2013), los menores mexicanos ven de dos a tres horas diarias de televisión, tiempo que suele triplicarse durante las vacaciones.

En México, un niño ve en promedio 2 mil horas de televisión abierta, mientras que a la escuela sólo le dedica menos de 800 horas en un año escolar. De este modo, la influencia se da en tres niveles: salud y nutrición, y transmisión de valores y formas de interacción social. (Statuspuebla, 2013. En línea)

Considero que las largas horas a las que son expuestos diariamente los niños frente al televisor tienen un impacto y repercuten directamente en su aprendizaje y conocimiento del mundo. La implementación de este proyecto de tesis radica principalmente en tener una reflexión crítica sobre la recepción infantil. Permitiéndome comprender las diversas manifestaciones comunicativas que utilizan los niños como generando así un puente comunicativo. La relevancia de la presente investigación está enfocada en la recepción desde una postura crítica y analítica en donde confluyen los valores y comportamientos que dan forma a los procesos sociales de los niños desde el análisis de la recepción.

La presente investigación propone contribuir a la sociedad con una investigación que explique el proceso de la recepción desde sus diversas mediaciones, la diferencia que existe en este proyecto de otros es el análisis de la recepción desde el Psicodrama. Lo anterior, resalta la importancia de analizar la recepción desde una postura crítica y desde otra mirada novedosa. Es decir, intenté realizar una investigación en la cual los padres de familia, maestros y estudiantes, comprendieran la recepción infantil como un proceso activo, del mismo modo se pretendió integrar los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación profesional, logrando analizar las necesidades de una población que se enfrenta a las nuevas tecnologías y el uso desmedido de los medios de comunicación, dificultando así la comprensión entre los niños con los padres.

Uno de los autores actuales que ha trabajado la línea de la Comunicación desde la recepción y en el ámbito Educomunicacional es Guillermo Orozco, su trabajo da detalle del análisis de la televisión y la producción de significados desde los Estudios Culturales. Mismo autor ha logrado trabajar con niños desde la recepción, por ello, fue uno de los principales autores que guio esta investigación.

Otra autora que ha trabajado la comunicación desde la recepción es Mercedes Charles, que en particular ha centrado sus investigaciones en los diversos lenguajes que interactúan dentro del salón de clases y las relaciones que tienen los niños con la escuela, la familia, la comunidad y los medios de comunicación.

## **Los supuestos de partida fueron los siguientes:**

Supuesto General: Considero que los medios de comunicación (caricaturas) fomentan valores y contravalores esenciales en la formación primaria de un niño, generando posiblemente un desplazamiento de funciones educativas que debieran ser asumidas por la familia u otra institución.

Supuesto 1. Considero que la caricatura “Hora de aventura” fomenta entre los niños actitudes que repercuten en su comportamiento, esto genera en ellos valores y contravalores que practican cotidianamente de manera natural. Estas actitudes pueden ser violentas, individualismo, prepotentes o fuera de la realidad por los imaginarios de lo fantasioso.

Supuesto 2. Supongo que los niños en la actualidad muestran en su comportamiento diversos valores y contravalores que pudieran estar siendo aprendidos de los contenidos que observan los niños de las caricaturas, y que fortalecen los que ya han aprendido en otro lugar, esto se ve reflejado explícitamente en la manera de relacionarse frente a otro niño e implícitamente cuando utiliza frases o comportamientos que reconoce como propios y que son resultado de las caricaturas.

Supuesto 3. Considero que en la actualidad las caricaturas y los mensajes que son aprendidos de este medio de comunicación están generando una serie de cambios en los juegos cotidianos de los niños, esto se ve reflejado en el lenguaje que utilizan y la manera en la que interactúan con otros niños por medio de discursos y comportamientos resultados de este aprendizaje.

Supuesto 4. Supongo que si logro identificar cuáles son las actitudes y comportamientos que los niños han aprendido de la caricatura “Hora de Aventura” podré comprender el impacto que tiene la caricatura como herramienta de aprendizaje e identificación frente al mundo.

La presente investigación tuvo como propósito aplicar conocimientos de manera empírica. El campo en el que se trabajó en esta investigación fue por medio de

evidencias tomadas durante la investigación, explorando y describiendo los diversos tipos de actitudes y comportamiento que reflejan los niños. Esta investigación utilizó datos descriptivos para analizar el comportamiento de los niños y a su vez fue explicativa. El tipo de método que se utilizó fue analítico ya que se pretendió dar cuenta de los diversos hechos que acontecen durante el proceso de apropiación de los contenidos en los niños y los posibles comportamientos y actitudes que repercuten en el proceso del aprendizaje.

La técnica que utilicé fue mixta, en principio fue cuantitativa para obtener datos precisos de las horas a las que son expuestos los niños frente al televisor y conocer en porcentaje los principales factores que participan en la recepción, posteriormente fue cualitativa ya que por medio de la reflexividad que permite esta técnica se pretende dar cuenta de las diversas prácticas que tienen los niños es decir; mirarse y ser mirado a través de los objetos de estudio.

## Capítulo 2. Antecedentes y Contexto

En este apartado se abordarán y desarrollarán puntos claves para el sustento de la presente investigación. Daré un bagaje que irá de lo general a lo particular, iniciaremos con el surgimiento de las caricaturas, luego hablaremos de la influencia que tienen las caricaturas actuales con Japón y Norteamérica. Posteriormente, hablaremos de las caricaturas en América Latina y en México, así como también la evolución que han tenido en hábitos de consumo y datos de rating. Para finalizar se mostrarán algunos datos del surgimiento de la caricatura “Hora de Aventura”, así como también las características de los personajes de manera general y las temáticas que más se tocan en ese programa.

### 2.1 Surgimiento de las caricaturas

La historia de la caricatura ha sido desde sus inicios un tipo de representación de la vida cotidiana, acompañada de una peculiar y satírica forma de leer la realidad,

ya sea tocando temas de la sociedad, la política o alguna idea a manera de crítica es sin duda una manera exagerada de trazar líneas de reflexión.

Baudelaire (1968:42) opinaba: “Sin duda alguna, una historia general de la caricatura en sus relaciones con todos los hechos políticos y religiosos, graves o frívolos, relativos al espíritu nacional o a la moda, y que han agitado a la humanidad, resultaría una obra gloriosa e importante”. Las caricaturas son imágenes animadas para entretener, se dice que es un retrato de un estrato de la sociedad reconocible para general un parecido identificable y, generalmente se plantea de manera humorística.

Daniele Barbieri (1993) comenta que:

La caricatura es ese modo de representar personajes y objetos que destacan ciertas características, deformándolos para expresar algunos de sus aspectos en detrimento de los otros. Más que lo cómico aquello que caracteriza a la caricatura es lo grotesco, y lo grotesco puede a su vez ser utilizado para diversos fines expresivos: situaciones humorísticas, situaciones marginalmente irónicas, situaciones pesadillas de alucinación y de exasperaciones expresivas (Barbieri, 1993:75)

Existen un sinnúmero de teorías que aseguran el surgimiento de las caricaturas, por ello aquí hablaremos de las más sobresalientes. Los primeros indicios del surgimiento de la caricatura aparecen en el antiguo Egipto, según algunos historiadores y antropólogos sugieren que las primeras manifestaciones se ven reflejadas en papiros que se han encontrado en este lugar, aunque no existen datos concisos, en ellos se ven representados formas de animales tocando algún instrumento a manera de crítica a las sociedad de aquella época, dichas formas se remontan también de figuras Mesopotámicas, Precolombinas.

Cabe pues, enfatizar que esta primera aproximación del surgimiento de las caricaturas se entiende mejor en palabras de Gaya Ñuño (s/f en línea): “Aún más incisivos fueron los artistas góticos, los que crearon reiteradamente una entera mitología de Renart, que sirve para ridiculizar y satirizar mucha parte de la liturgia cristiana”, ello nos deja claro que el sentido de las caricaturas fue en gran medida un crítica a la misma sociedad desde sus inicios.

Dentro del arte medieval, la literatura ejemplifica los prototipos de Renart, este autor crea varios manuscritos muy ilustrados, mismos que nacieron en la primera mitad del siglo XIV, dichos escritos tomaron fama por su personaje “el zorro”, mismo que reflejaba la astucia y hazañas de este animal sobre otros, solía burlar al lobo y al oso. El trabajo de Renart (biblioteca digital mundial, 2011. En línea) ilustra la naturaleza animal del hombre representada en un personaje y con ello ofrece una crítica a las formas equivocadas del mundo feudal.

Por otro lado, Valdearcos afirma que las manifestaciones de las caricaturas se encuentran en el mundo del arte mediante la evolución del arte gótico: “La escultura realista es una evolución de la romántica, con mayor dosis de naturalismo y preferencia por los temas cotidianos. Cuando representa temas antiguos, lo hace con cierta frivolidad y espíritu de sátira” (Valdearcos, 2008: 10. En línea). Esta misma evolución nos hace reflexionar acerca de las múltiples formas de representación en las cuales estuvieron presentes las primeras manifestaciones de figuras o dibujos a manera de burla.

Tal y como lo he mencionado anteriormente los pintores y escultores que utilizaron la sátira como forma de expresión en contra de la sociedad fueron famosos por crear controversia con sus ideales.

El primer ejemplo de sátira en la escultura se ve reflejada en la iglesia de San Quirce en Burgos, la sillería del coro de las catedrales de Plasencia y Zamora o la procesión de las ratas del Claustro de la catedral de Tarragona del siglo XII. El éxito

de dichas manifestaciones se convirtió en un importante adorno popular entre las sociedades. Las artes fueron sacando a relucir a sus principales representantes a manera de burla, por ejemplo; a la iglesia con sus frailes, a la política con los burgueses, emperadores, reyes y posteriormente fueron plasmadas en edificios religiosos y el grabado se encargó de hacer llegar tales sátiras a prácticamente cualquier punto de la Europa.

Para la época del renacimiento, esta etapa marca una pauta fundamental en la historia y manifestación de las caricaturas. El surgimiento de la imprenta vino a impulsar la utilización de este medio y a partir de dibujos o caricaturas se pretendía economizar las formas de expresión de manera más fácil y práctica.

Por otra parte, los pintores que utilizaron el mismo sentido del dibujo con sátira y burla sin miedo fueron Miguel Ángel, Leonardo da Vinci, Francisco Goya, Tiepolo, Bernini o Jaques Callot por mencionar algunos (Lanación, 2011. En línea). Leonardo Da Vinci en particular, fue distinguido por sus inigualables pinturas, en particular, los rostros que pintaba de manera satírica.

Sin duda, el renacimiento jugó un papel importante en la definición que se le dio a la caricatura, misma que fue catalogada y definida como "Ritratti Carichi" (retratos sobrecargados). Posteriormente, los hermanos Carracci impulsados por las bases clasicistas y la influencia de la pintura flamenca promovieron el crecimiento y surgimiento de las caricaturas, mismas que se popularizaron rápidamente.

Así, por ejemplo, ya desde el siglo XIX es frecuente en las caricaturas políticas relacionadas con Estados Unidos la presencia de un personaje, el Tío Sam, cuyo sombrero de copa, con las barras y estrellas de la bandera nacional norteamericana, hace las veces de icono identificativo de aquel país.

A partir del siglo XVIII, el dibujante de caricaturas es quien percibe las corrientes

de opinión, quien comunica el descontento popular y, llegado el caso, transgrede las normas para ejercer su crítica. De forma paulatina, las nuevas circunstancias políticas sirven a ese propósito, así como la consolidación del oficio periodístico, pues la prensa es el espacio en el cual la caricatura de los distintos países encontrará su más fértil cauce de expresión. En lo que respecta a la autoridad política, la censura sería el único elemento de contención el desarrollo significativo en este sentido.

## 2.2 Las caricaturas y la televisión, panorama de las caricaturas japonesas y norteamericanas

El origen de la televisión y la programación infantil se dio de manera casi paralela. Estos programas se iniciaron hacia los últimos años de la década de los cuarenta y actualmente ocupan un lugar importante en el tiempo de toda la programación televisiva. La amplia gama de productos televisivos que hoy en día consumen los niños proviene mayoritariamente de Estados Unidos.

Hoy en día podemos observar que la demanda de las caricaturas se ha ido incrementando considerablemente en los últimos años. Como es bien sabido, las

Siglo XVIII Retratos caricaturescos. Leonardo Da Vinci.



Consulta. Javier Docampo. La caricatura británica del siglo XVIII y William Hogarth Publicado en el Podcast Conferencias Fundación Juan March el 11/10/2015, en Arte y literatura. Cuadro de elaboración propia.

grandes industrias generan ganancias millonarias por presentar al público infantil caricaturas que puedan ser vistas en la tv pero a su vez, puedan utilizarse como una industria cultural y de consumo, mismas que generen un mayor impacto en el público. Las caricaturas más famosas a nivel mundial son realizadas por países que representan potencias en materia de tecnología, uno de esos países es Japón.

Por ello, es importante mencionar los países que producen mayor contenido de caricaturas a nivel mundial así como las características y diferencias entre estas dos producciones y temáticas. En primer lugar, comenzaremos hablando del surgimiento de las caricaturas en Japón. Como breve introducción al tema de las caricaturas, se sabe que el crecimiento del movimiento “manga” en este país representa una influencia directa como un fenómeno para los niños alrededor del mundo.

El “Manga” y el “Anime” creados en Japón, son considerados hoy en día como una de las principales industrias que producen contenidos para público infantil y juvenil. Papalini (2006: 34) describe al género *Manga* como “revistas impresas de una sola tinta, con tapa a color, papel de baja calidad, que contienen entre 10 a 25 episodios de historias distintas que se desarrollan entre 300 a 400 páginas. Son revistas pensadas para ser leídas y descartadas inmediatamente [...]”. Estas revistas fueron evolucionando al paso de los años hasta llegar a convertirse en un dibujo en movimiento, posteriormente fue llamado “Katsudo Shashin” mismo que se popularizó como el primer dibujo animado sin un autor reconocido y data de 1907 con una duración de tres segundos. Sus características principales son: un uniforme de mariner y un sombrero.

Para 1910 se crea la compañía Tennenshoku Katsudō Shashin, más conocida como Tenkatsu y posteriormente contratan a Oten Shimokawa en 1916. Mismo que produce el primer anime más largo, durando poco más de cinco minutos y fue presentado en la posteridad en teatros de 1917.

Tal y como lo expresamos con anterioridad, el *Manga* únicamente tenía la posibilidad de hacer imaginar a la gente mediante imágenes, posteriormente se logró utilizar estas imágenes agregándoles movimiento, esto permitió el crecimiento del *Anime* alrededor del mundo.

Con los años este movimiento logró tener una amplia variedad de géneros dependiendo de su temática y del público al que se dirigía. Magical girls utilizan la fantasía como mayor recurso y se caracterizan por ser jóvenes las que utilizan estos poderes, Ecchi (de humor con toques eróticos), los robots gigantes y alta tecnología se hicieron llamar Mecha mismo que se hicieron populares en los años 80s, otros que son sangrientos y violentos se hacen llamar Gore y Hentai con contenidos sexuales ya sean heterosexuales u homosexuales y Yuri e incluyen contenidos de romance entre mujeres.

El Anime se caracteriza por tener ciertos elementos, por ejemplo:

- Visualmente sus personajes tienen ojos grandes (ovalados para expresar juventud y vivacidad y horizontales para expresar adultez y seriedad).
- Hacen uso de colores llamativos como: (café, rojos, verdes, azules, amarillos, grises, violetas, rosados).
- En un personaje de anime lo más importante es su rostro, ya que se trata de expresar sentimiento y emociones.
- Los personajes humanoides tienen rasgos de animales y humanos, pueden estar dibujados como son en realidad.

La participación de Japón en la Segunda Guerra mundial fungió como detonante para la utilización de este medio y a través de los dibujos animados se creó una forma de ideología en forma de breves cortos. De hecho, el gobierno japonés utilizó estos recursos como medio informativo, incluyendo mensajes en contra del gobierno de Estados Unidos.

Según un estudio realizado por la Organización Japonesa de Comercio Exterior en el 2013, la animación e industria Japonesa generan ganancias por más de 1.600 millones de yenes (más de 17 mil millones de dólares). Se cree que por cada año se llegaron a transmitir 2.286 series de anime por televisión nipona. Se han contabilizado 3.567 creadores de anime y 247 empresas productoras en el país. El mayor consumidor de este género producido por Japón es sin duda alguna Estados Unidos, ya que en la actualidad llega a invertir en esta misma industria 4.300 millones de dólares.

Cobos (2001, En línea) sostiene que la participación de la influencia estadounidense sobre los contenidos caricaturescos y de animación es sobre saliente y que sin duda existe una industria más grande que impulso a Japón, estamos hablando del *Cómic* mismo que participó directamente en historietas que posteriormente se reflejarían en contenidos e influencia de Walt Disney.

Astroboy por ejemplo, fue producido por Japón y llegó a ser exportado hacia occidente con ayuda de Estados Unidos, hoy en día es considerado como una de las figuras más representativas de este género.

Al contrario de lo que sucede con la historieta norteamericana clásica, el manga y el anime siempre han tenido una estrecha vinculación con los mensajes de la vida cotidiana, esto facilita la identificación con los personajes centrales. No se trata de gente increíble haciendo cosas extraordinarias, sino de gente común haciendo cosas normales en un marco imaginativo y el bien no siempre triunfa y los finales pueden no ser felices”. (Papalini, 2006: 43)

La características, temas, géneros y más grandes estereotipos que tocan las caricaturas o dibujos animados de Japón son explicados por Peralta, 2002. En línea

- Se considera que las caricaturas japonesas son infantiles y/o violentas: van desde las novelas históricas (Samurai X, Only Yesterday) a las reflexiones más profundas del papel de la tecnología en la cosmovisión del ser humano (Robot Carnival y Akira). También tocan temas como el machismo y la condición femenina (Ranma 1/2). Incluyendo del mismo modo caricaturas de ficción o mágicas como Dragon Ball Z y Macross.
- La animación japonesa es famosa por utilizar la reducción de la velocidad de cuadro de 16 fotogramas por segundo a sólo 6, sin embargo la calidad del dibujo es totalmente nítida y clara. Un ejemplo de ello es la película Akira de Katsushiro Otomo.
- La animación japonesa aporta una estética tradicional sin embargo, sigue teniendo un consumo masivo y hoy en día se mira por muchas personas en todas partes del mundo.

Esto revela el avance y transformación que tuvieron las caricaturas con la incursión del mercado Japonés alrededor del mundo de hecho:

“Japón constituye el mayor mercado mundial de historietas, teniendo en cuenta el número de publicaciones, su tirada y la diversidad temática. Según algunos estudios mencionan que es el medio de comunicación más importante, y supera incluso a la televisión, pues en la actualidad se publican más de 300 revistas semanales. Los manga ocupan el 25% del facturado total del mercado editorial japonés”. (Papalini, 2006: 35).

En resumen, se piensa que el surgimiento de las caricaturas tiene mucho que ver con movimientos sociales y políticos, tal y como lo hemos mencionado con anterioridad. Japón tuvo mucha influencia de los contenidos generados en Estados Unidos y viceversa.

### 2.3 Las caricaturas en papel de Estados Unidos

A principios de los años '20, la popularidad del dibujo animado estaba fuera del alcance de las casas productoras pues los consumidores habían entendido la repetitiva forma de ver los dibujos como un elemento cotidiano. Los espectadores en general encontraban aburrido ver los mismos personajes en las mismas situaciones. Y lo que se podía hacer por medio de la animación aún no llegaba al país. A mitad de este mismo año, se presentó una oportunidad importante para la industria de la animación. Las grandes casa productoras crearon estándares para la realización de las caricaturas y con ello se vinieron abajo muchas de las pequeñas casas productoras que competían en el mismo mercado. Uno de los primeros requerimientos para la realización de los dibujos animados fue ser creados en grandes cantidades y teniendo un bajo costo. Todos estos momentos que surgieron en Estados Unidos dieron cabida a la incursión de las caricaturas en México impulsando a las televisoras a transmitir estos contenidos infantiles.

La producción caricaturesca en los Estados Unidos tiene un primer momento de esplendor de manera distinta en el siglo XIX, gracias a David Claypoole Johnston, Thomas Nast y otros dibujantes que, toman los temas políticos para hacer una crítica y satirizar a estos personajes con rostros peculiares.

Posteriormente, el desarrollo de la cámara y el proyector de movimientos de Thomas A. Edison permitieron las primeras creaciones caricaturescas. Aun así, la animación se hacía por los medios más sencillos. Stuart Blackton lanzó en 1906 un cortometraje titulado "Fases Humorísticas de Caras Graciosas", para el cual dibujaba una cara cómica en un pizarrón, la fotografiaba y la borraba para dibujar la siguiente etapa de la expresión facial. Este efecto de "movimiento detenido" asombró al público haciendo que los dibujos cobraran vida (Villanueva, 2009)

Una de las primeras características de las producciones infantiles fue la creación de héroes Estadounidenses, esto consistía en que los personajes adquirieran un traje y a partir de una virtud mágica o algún súper poder, ellos eran más fuertes frente a

los demás. En su mayoría, muchos de estos Súper Héroes tenían que ver con la historia del *Cómic*, pues cabe señalar que los inicio de las caricaturas o Súper héroes provienen del mundo de las historietas o *Cómic*.

La segunda Guerra Mundial jugó un papel trascendental en la creación del *Cómic* y de las caricaturas, ya que así como Japón utilizó este medio de información, Estados Unidos utilizó otra técnica para calmar a la población.

Por ejemplo, la creación de Capitán América surgió con una idea básica de los norteamericanos por disfrazar los problemas de guerra y hacerlos sentir más tranquilos frente a la situación que se vivía. Años posteriores al término de la Segunda Guerra mundial, se dio a conocer el traje tradicional de este primer Súper Héroe. Lo peculiar de este personaje eran los colores de la bandera rojo y azul, incluyendo las estrellas de la bandera Norteamericana.

Las producciones infantiles que se realizaron después de la Segunda Guerra Mundial, contaban con una permanente alusión a temas típicos de la guerra fría. Es decir, los contenidos escritos en *Cómic*, en breves cortos utilizaban este recurso para generar nuevo público y más ingresos enviando mensajes directos al público.

Cabe aclarar que la caricatura ha ido trascendiendo a los largo de los años en este país, ya que por lo menos en los 10 últimos años, la caricatura estadounidense ha dejado de dominar las preferencias de los niños, Un niño norteamericano promedio crece en un hogar en el cual hay tres televisores, tres grabadores, tres radios, dos videograbadoras, dos reproductores de CDS y un computador. En este ambiente, especialmente cuando medios múltiples empiezan a combinarse unos con otros, puede ser muy fácil asumir que “más es mejor”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> David Kleeman es Director Ejecutivo del American Center for Children and Media, desde donde promueve la búsqueda de modelos de excelencia en la producción de medios para niños y jóvenes. Ha sido consultor de la Fundación Prix Jeunesse en múltiples ocasiones. Así mismo, asesor de UNICEF y el canal Fox Family Worldwide. Ha participado en distintas versiones del 'World Summit on Television for Children', la reconocida cumbre mundial de televisión para niños, en calidad de miembro del Comité Norteamericano de Asesores y como organizador.

El caso de Estados Unidos es el claro ejemplo de consumo infantil, las cifras actuales de las preferencias por las caricaturas y los contenidos serán presentados de este modo.

## 2.4 Las caricaturas televisivas en América Latina

En este apartado acotaremos a grandes rasgos el surgimiento de las caricaturas infantiles en América Latina, posteriormente tomaremos como referente la recepción en Colombia para ver sus preferencias y así tener un panorama más amplio de la recepción y por último de manera más particular el caso de México.

La originalidad de la caricatura en América Latina no responde sólo a zonas como México y Argentina. Otros países como Colombia y Brasil también ofrecen una rica trayectoria en los contenidos infantiles. Entre los cuales se destaca el litógrafo venezolano Celestino Martínez Sánchez y Ramón Gonzales este procedente de Colombia.

A manera general, el anime proveniente de Japón llega a América Latina en la década de los 70 con la transmisión en televisión de las primeras series dobladas al español, en países como México, Perú, Chile y Argentina: La caricatura más famosa de los años 80s fue Heidi presentándose primera vez en televisión abierta, expandiéndose así a más países como Venezuela, Guatemala, República Dominicana, Colombia entre otros. También se emitieron series como Remi (basado en la novela del escritor francés Hector Malot).

En los años 90s Latinoamérica abre su emisión con series como Los Caballeros del Zodíaco (de Masami Kurumada), Ranma ½ (de Rumiko Takahashi), Dragon Ball (de Akira Toriyama), Supercampeones (de Yoichi Takahashi), Sailor Moon (de Naoko Takeuchi). El éxito de estas series hizo comercializar por primera vez por la

producción de Merchandising oficial y puntualmente las figuras de acción como Los Caballeros del Zodíaco y Dragon Ball.

El éxito de las producciones japonesas en Latinoamérica es abordada desde cuatro perspectivas: el diseño de animación, la forma narrativa, y las historias y sus personajes. “Los héroes puros e incorruptibles, con una pauta de acción fija, previsible e invariablemente correcta generan el mismo desinterés que una prédica moralizante. Los personajes fríos y sin contradicciones es muy poco valorado, prefiriéndose la emotividad, la fantasía, la acción inesperada y un héroe capaz de cometer errores”. (Papalini, 2006: 43).

Posteriormente, el servicio de televisión por cable permitió en los diversos países de América latina la sintonización de canales de otros países (especialmente mexicanos) donde se transmitían las series y por primera vez al género de las caricaturas se le reconoció como tal y se le diferenció de las caricaturas clásicas.

### *Contenidos infantiles, el caso de Colombia*

Históricamente la televisión colombiana para niños ha estado basada en la producción norteamericana, mexicana y últimamente japonesa en las tardes. Y muy pesar de que se realizó una investigación por el Instituto Nacional de Radio y Televisión de Colombia en el año 1982 para respetar los horarios de la franja de horarios infantiles, y se creó una ley para regular las emisiones caricaturescas, esta ley ha sido ignorada.

Además de que los contenidos en la programación de Colombia contienen mensajes de sexo y violencia moderada tanto la Comisión Nacional de Televisión como los padres y la sociedad en general se están cuestionando la pobreza educativa de la oferta televisiva nacional y el poco esfuerzo intelectual que realizan las producciones nacionales en horario prime y por la poca producción nacional infantil.

Estas y otras investigaciones nos permiten hacer un mapa de conocimientos sobre el tema de televisión y niñez en algunos puntos. Las características principales de la recepción televisiva en este país se ven reflejadas en el trabajo de Niño (2004) con la participación con niños de Colombia. Estos son a grandes rasgos los datos cualitativos y porcentajes:

- El tiempo dedicado por niño a ver televisión diaria en Colombia es de 3.2 horas.
- El 70% de los niños ve televisión en la tarde. El porcentaje aumenta a 75% en las noches.
- Prefieren los dibujos animados (27.7%).
- Ven televisión con los hermanos (42.6%) o solos (30.3%)
- Los programas recreativos que incluyen animados y cuentos infantiles 176 escenas violentas por día.
- Los contenidos carecen de valores como la tolerancia, la aceptación y la compasión mientras si se fomenta la crueldad, el odio, la avaricia y el egoísmo.
- Los programas recreativos venden como modelo exitoso la fuerza física, el poder del dinero y la eficacia de las armas
- La relación entre el tiempo que dedican a ver televisión y a leer texto impreso se da en términos desiguales, superando la primera a la segunda por amplio márgenes.

La reflexión parte de la preocupación por los padres en Colombia y los estudiosos de la comunicación y luchan por hacer que se respeten los derechos de los niños a recibir información adecuada y legible para su rango de edad y para que los productores hagan más programas que brinden valores y la Tv infantil evolucione de manera más sana.

## 2.5 Caricaturas en México

El origen de las caricaturas y la programación infantil en México es casi paralelo al origen de la imprenta y al nacimiento de la televisión a colores. Se pueden encontrar desde edades preescolares y primarias a través de distintos dibujos animados, show musicales, concursos etc. Algunos autores sostienen que se iniciaron hacia los últimos años de la década de años cuarenta y la programación era seleccionada dependiendo del Estado de la república en dónde se pensaba transmitir, por ello se piensa que “El poder que puede ejercer la televisión en las generaciones más jóvenes había que conceptualizarlo como mediado por los contextos culturales” (Orozco, 2001). Aunque de acuerdo con Martínez Zarandona, la programación infantil en México creció mucho más para el año de 1951 cuando Guillermo González Camarena consiguió la concesión de Canal 5 del Telesistema Mexicano, A. C (Martínez, 2002) Camarena dedicó la programación a los niños pero todo el contenido que utilizaba era enviado de Estados Unidos traducido al español.

Dentro de este contexto, Irene Martínez Zarandona señala que el programa infantil de Plaza Sésamo fue en 1970 un paso importante para las caricaturas y programas educativos en México. Los capítulos de Plaza Sésamo comenzaron a ser transmitidos en América Latina a partir de 1972. A diferencia de otras experiencias con programación educativa, la serie no buscó alcanzar objetivos dentro del sistema formal de educación. Aunque la meta central de este programa era el desarrollo de ciertas destrezas cognoscitivas en niños de 3 a 4 años de edad. Sin embargo estos beneficios educativos hoy en día no son explotados por México ni Latinoamérica, ya que los ejecutivos prefieren tener mayor cantidad de audiencia que más calidad televisiva para los niños.

Aunque tuvo una segunda versión para los años 90s obtuvo menos audiencia por el nacimiento de la era digital.

Actualmente las barras programáticas han cambiado sus temáticas simples por historias más elaboradas incluyendo personajes aventurados. Inclusive se abrió un nuevo campo en donde se incluye la participación de las mujeres o niñas en los contenidos, utilizando un lenguaje fuerte e impositivo.

México cuenta con canales básicos Canal 5, Canal 7, Canal 11. La televisión es uno de los medios que esta presenten prácticamente en todos los hogares, teniendo una carga e impacto en sus receptores. Las programaciones que se encuentran ahí lejos de únicamente representar el entretenimiento, la información o enajenación constituyen modelos de conducta, de significaciones y estereotipos en su defecto de formas de vida. Esto, hay que agregarle las largas horas de exposición frente a los programas, hoy en día las barras programáticas que ofrecen las televisoras de tv nacional son las siguientes:

Canales de tv nacional. México	Programación	Horarios y días
Canal 2	El chavo animado	Domingos 8:30
Canal 5  Pertenece a Televisa.	El Principito Dora, la Exploradora Plaza Sésamo Thomas y sus amigos El Show de Tom y Jerry Kung Fu Panda El Chavo Animado Bob Esponja	Jueves 3:30 Lunes a viernes 4:00 de la tarde Lunes a viernes 2:00 pm L, M y V 6:30 am Martes y Jueves 7:00 am Lunes y Viernes 11:00 am Lunes a viernes 1:00 pm

	Power Rangers: Super Megaforce  Victorious  iCarly	
Canal 7	Los Simpson  Disney Phineas y Ferb	Lunes a viernes 7:30  Domingos 8:00
Canal 11	Charlie y Lola  Gaspar y lisa  Sandra detective de cuentos  Escuela de vampiros  Wallace y Gromit  El pequeño Nick	Lunes a viernes 8:00 am  Martes y viernes 1:30  L,M y V 1:30  Miércoles 14:30 sábado 10:30  Miércoles 14:40 h  Lunes y viernes 14:45 h

Tabla de realización propia. Consultar en línea 2015 (niños.televisa.com)

Y aunque en nuestro país existen 30 millones de niños se sabe que “cada uno de ellos ve la televisión unas 800 horas anuales; es decir, cinco horas diarias. (García, 2002). La preferencia de programas televisivos infantiles es pobre en variedad de contenidos. Los programas siguen la hegemonía del formato tradicional de los dibujos animados extranjeros y contienen una escasez de mensajes educativos además se presentan en horarios inadecuados. Es decir, se ofrece a los niños contenidos que en algunos casos no representan un aprendizaje directo para ellos.

Según UNICEF (2012) los medios de comunicación deben difundir mensajes dirigidos exclusivamente a la niñez y adolescencia, que atiendan a sus necesidades informativas, entre éstas: las educativas, culturales, científicas, artísticas, recreativas y deportivas. Sin embargo, la realidad de nuestro país es otra, basta con

echar un vistazo para darse cuenta que la mayoría de los contenidos infantiles que están disponibles para los niños utilizan lenguaje ofensivo, actos violentos, algunos de ellos ni siquiera aportan datos culturales o históricos y no incentivan al niño a realizar actividades deportivas.

Ver la televisión es incluso la actividad líder del niño, ya que gastan más tiempo viendo la TV que haciendo cualquier otra actividad. En promedio, los niños ven de 22 a 25 horas semanales de televisión. En general, se puede decir que durante el transcurso del año, los niños pasan más tiempo frente al televisor, que en la escuela. Es la TV, más que cualquier otro medio, la que proporciona una base común de información en las primeras fases de socialización del niño (Villacastín.2002). El público infantil Mexicano se caracteriza por tener un consumo activo frente al televisor. Según el Censo de Población y Vivienda 2010, del Instituto Nacional de Estadística y Geografía, el 94.7% de las viviendas particulares habitadas en toda la República Mexicana disponen de, al menos, una televisión.

Los programas infantiles transmitidos en nuestro país son muy variados sobre todo en horarios estelares infantiles, es decir de 3 a 7 pm salvo los canales de cable que pueden estar a disposición del público infantil las 24 horas del día. Los estudios sobre consumo televisivo muestran que niños y adolescentes ven televisión de 3 a 4 horas durante los fin de semana (Samaniego, 1999)

Si bien todos los niños miran mucha televisión, hay diferencias entre los países. Los días de semana, los niños de Argentina y Brasil miran más televisión que los niños de ningún otro país. En cambio los niños en México y Chile miran más televisión los fines de semana.

Se dice que los mensajes televisivos de algunos países subdesarrollados, “es de baja calidad, con altos contenidos de violencia, agresión y exaltación de valores que no están en congruencia con la educación cultural que tienen los niños en el contexto real” Solum, (2001)

**Según Ibope México la programación con mayor recepción infantil de tv nacional es:**

<b>Género</b>	<b>Programa</b>	<b>RTG</b>
Caricaturas	Pingüinos de Madagascar	10.3
Caricaturas	El chavo animado	9.5
Caricaturas	Bob Esponja	9.5
Cómicos	El Chapulín colorado	9.1

Tabla tomada de **Rating por género televisivo. Sep. 2014.**

Según Fuenzalida (2010), los canales para niños hoy en día tienen mayor audiencia en la televisión de paga. Las cifras de IBOPE Media Internacional señalan que Cartoon Network lideró el rating durante enero y febrero 2014 en América latina con programas para niños de 4 a 11 años, tanto en el bloque horario 24 horas como en el Prime Time. La caricatura que obtuvo mayor rating en el año 2014 fueron los nuevos capítulos de la cuarta temporada de la caricatura “Hora de aventura” con un rating de 10.1, “Mad” con un rating de 9.3, seguido de la caricatura “Un show más” con 9.0.

Muchos de los contenidos que hoy en día se pueden ver en la televisión Mexicana son una mezcla cultural del país que los produce, esto puede llegar a generar una transformación en la concepción del mundo de los niños. Algunos autores sostienen que la televisión tiene “un status de ser una institución que compite con otras instituciones como son, la familia y la escuela en la socialización de los niños y jóvenes” (Orozco, 1987).

La preferencia de contenidos televisivos entre los niños genera un vínculo socializador frente a otros y juega un rol importante en la comunicación grupal y social en su ambiente cotidiano.

## 2.6 Clasificación y Evolución de la programación infantil

Desde el punto de vista creativo, la programación infantil ha tenido que adaptarse a los nuevos públicos, esto ha sido impulsado principalmente por el contacto que tiene la sociedad contemporánea con las nuevas tecnologías. Los niños de la actualidad están mucho más conectados con el internet, los videos juegos, los dispositivos móviles, etc.

Hoy en día los medios de comunicación electrónicos no solamente la televisión acapara la atención de los infantes, invadiendo inclusive el espacio propio ahora no solamente en la familia sino también en las escuelas. En particular quiero señalar que este medio de comunicación no es algo que pueda repercutir en la construcción y crecimiento de un niño pero” tiene objetivos propios como cualquier institución, por ello puede así como la familia aparte de educar, entretener e informar y (Orozco, 1987 p 59)

Sin embargo, existen características que siguen perdurando al paso de los años y que definen a las caricaturas en general. Wilbur Schramm (1992) clasifica a las caricaturas de pendiendo del contenido y la aportación que tienen el niño mediante un análisis sobre los efectos de la televisión.

A continuación intentaré recapitular los rasgos principales de dicha clasificación:

1. Programas infantiles de variedades. Estos programas utilizan seres fantasiosos, ayudados por dibujos animados crean aventuras, leyendas, historias y utilizan a la naturaleza o a algún animal. El ejemplo que nos da este autor son la estructura clásica de los dibujos animados de *Disneyland*<sup>2</sup>.

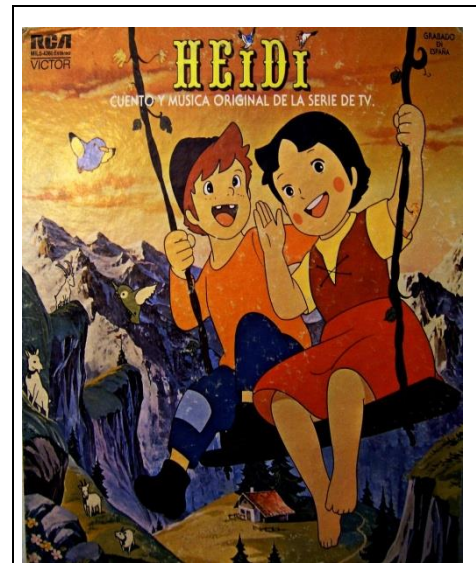
---

<sup>2</sup> Las caricaturas de Disney se caracterizan por mostrar personajes infantilizados y con discursos alejados de la realidad. Son fantasiosos y utilizan el discurso clásico Estadounidense

2. Programas infantiles de aventuras. Estos programas utilizan personajes de tipo humano o animal. Se basan en una historia más real pero tienen características de fortaleza, con un tinte de Héroe simple y bueno. Este mismo personaje controla su destino y aunque corran riesgos en aventuras peligrosas jamás se acobarda.

3. Programas infantiles de fantasía Científica. Utilizan generalmente las aventuras y se desarrollan en tiempo futuros que no existen, utilizan métodos científicos aparatos, viajes espaciales y cohetes. Como se puede encontrar en la caricatura de *Ben 10*<sup>3</sup>.

4. Breves películas dentro de la caricatura hablando del Oeste. El personaje principal tiene que pelear encima de su caballo contra todas las complicaciones posibles, se atienen a la aventura y la emoción.



Fuente. Google Imágenes 2015

5. Los programas policíacos. Suponen solamente un pequeño paso para hacer del personaje un héroe, mediante su habilidad, osadía y fuerza logran jugar al detective. Un ejemplo es el caso es la caricatura actual de las *pistas de Blue*

Las caricaturas han ido evolucionando de manera significativa en los últimos años, no es lo mismo hablar de la clásica caricatura de Heidi con trazos básicos en dibujo a la realidad de las caricaturas creadas a computadora. Tanto los mensajes como las horas que se le dedican a este medio

---

<sup>3</sup> Es un niño, presentado como extraterrestre humanoide, utiliza la fuerza y aparatos tecnológicos como móvil.

no son como eran hace diez años. Una de las principales características que podemos ver claramente son los rasgos definidos de cada caricatura.

En la actualidad, las caricaturas son creadas por medio de computadoras y animación digital, a diferencia de la realización en épocas antiguas. Quizá esto conlleva un trabajo mayor, sin embargo las grandes productoras Estadounidenses y japonesas no escatiman en invertir capital a estas nuevas formas de creación.

El segundo cambio significativo que han tenido las caricaturas es la oferta televisiva, ya que en la actualidad la televisión por cable acapara la atención de los niños, las barras programáticas han abierto sus posibilidades, esto genera una mayor oferta al momento de elegir un programa infantil.

El desplazamiento de las audiencias infantiles desde las franjas programáticas de genera hoy en día un desafío para los grandes estudios, ya que los niños cada día demandan más contenidos y se aburren fácilmente de la programación. La antigua idea de tener barras para niños con contenidos educativos está siendo rebasada por las nuevas tecnologías, hablando de tecnologías, muchos de los contenidos que se pueden ver en las cadenas televisivas se pueden encontrar con fácil acceso en la red, así mismo Cartoon Network entre otras cuentan con páginas en internet donde los niños pueden encontrar juegos y contenido con los mismo personajes de su caricatura favorita.

Hay ciertas horas en algunos días como (sábado y domingo por la mañana) en que la sintonía total de la televisión por cable supera la sintonía de la televisión abierta, por el peso de la audiencia infantil.

El desplazamiento de las audiencias infantiles desde programas o franjas infantiles a canales de cable que los niños identifican como canales infantiles, está generando un desafío relacionado con las políticas de comunicación; un desafío que interpela a las autoridades políticas en distintos niveles, así como a las agencias orientadoras

de la televisión. Son estos organismos los que finalmente toman las decisiones sobre cómo se impulsa la emisión televisiva y sobre los modelos de canales de televisión.

Algunos de esos canales de cable se han segmentado hacia una audiencia de niños más pequeños (Discovery Kids), y otros hacia edades mayores (Nickelodeon, Jetix), con programas especialmente adecuados a las diferentes edades.

Sin duda, los contenidos han cambiado, pero sobre todo los niños de la actualidad buscan más programas que tengan a su personaje ficticio favorito y dejan de lado las caricaturas con contenidos simples y las clásicas moralejas. Es cuestionable el papel que juegan las nuevas tecnologías en el proceso de crecimiento y aprendizaje de los niños, pues parece ser un factor importante en la transformación y crecimiento de las caricaturas.

## 2. 7 Panorama de las preferencias y el consumo infantil

Según Fuenzalida (2006), los canales para niños hoy en día tienen mayor audiencia en la televisión de paga, los canales que tienen más preferencia son Cartoon Network, Disney Channel, Nickelodeon; incluso hay ciertas horas en que la sintonía total de la televisión por cable supera la tv nacional de cualquier país de Latinoamérica.

Las preferencias del consumo infantil nacen principalmente en el círculo familiar primario. En palabras de Guillermo Orozco (1992:11), un autor fundamental en los estudios de recepción en América Latina:

“La familia en tanto que grupo donde regularmente se ve la televisión y se entabla una interacción directa con su programación cotidiana, constituye también una ‘comunidad de apropiación’ del mensaje televisivo. Los miembros de la familia, sobre todo los adultos, ejercen una influencia permanente en los más pequeños (los niños), no sólo en los gustos y

preferencias televisivas que van desarrollando, sino también en sus modos de apropiación de lo que ven y escuchan en la pantalla”.

Es decir, muchos de los programas televisivos de los niños ven en la actualidad están sustentados en la dieta televisiva que los miembros de la familia acostumbran, aunque esto no equivale que los niños siempre vean acompañados los contenidos televisivos o con alguna supervisión.

Es tan importante la recepción familiar para la recepción infantil en nuestro país y tanta su cercanía con la educación que un estudio efectuado por el International Journal of Educational Development (2010) menciona que la televisión es una herramienta inmediata para el entretenimiento infantil y es a su vez propagadora de muchas actitudes, comportamientos, ideas y pensamientos para comprender su realidad.

Debido a su importancia, se sabe que: “La posesión de televisores en los hogares mexicanos ha aumentado de manera sostenida en los últimos 50 años. De acuerdo con estimaciones internacionales, en el país hay un televisor por cada 3.6 espectadores (IBOPE, 2012. En línea) Esto se traduce a un público sumamente activo en materia de consumo y recepción de mensajes.

Hablando del consumo infantil, es importante aclarar que la recepción televisiva infantil está estrechamente ligada a los integrantes de la familia. Así mismo, Carmen Lazo (2005) realizó una investigación donde alude el tema de la mediación de los padres y la escuela en el niño al momento de ver televisión. En el caso de los padres señala que los niños afirman que suelen adecuarse, de forma más frecuente, a las preferencias televisivas de sus padres, que éstos a los gustos de sus hijos.

Cabe destacar que la recepción de los niños se da en gran medida de manera solitaria y son ellos los que eligen la programación de su preferencia, aunque esto equivale a tener un descontrol en los contenidos que ven los niños. Según una

investigación de la CAM, sólo un 19% de los niños encuestados ve la televisión acompañada de sus padres y un 55% escoge los programas sin consultar, un 50% suelen ser la presencia creciente de televisores en las habitaciones de los menores es sin duda un factor importante para explicar este consumo aislado. Un 39% nunca comenta con sus padres los programas y un 21% lo hace rara vez.

Entonces, es importante reflexionar cuál es el papel que juegan los padres o familiares en la supervisión y contenidos infantiles y cómo se está generando una cultura de Recepción solitaria infantil teniendo un descontrol en los mensajes apropiados para cada edad, así como también genera confusión sobre los contenidos aprendidos ahí.

## 2.8 Ficha Técnica, origen, personajes, descripción general de la caricatura. Surgimiento de la caricatura "Hora de aventura"

Considerando la eventualidad de que no todos los posibles lectores conozcan las características de esta caricatura, procuraré describir los rasgos más significativos para dar mayor comprensión a la trama de ésta y de sus personajes.

Adventure Time (antes conocido como Adventure Time con Finn y Jake) es una serie animada de televisión creada por Pendleton Ward diseñador y caricaturista, y producida por Frederator Studios. El espectáculo se basa en un original corto de animación titulado "Adventure Time", que se emitió en Frederator de Random Dibujos animados muestran y ganó un premio Annie al Mejor cortometraje de animación de 2009. Adventure Time se lanzó por primera vez como una serie de Nicktoons Network, que transmite la mayor parte de Frederator Studios otros espectáculos, pero pasó dos veces. Pendleton Ward (con la ayuda de Patrick McHale y Adam Muto) y luego lanzó la serie de Cartoon Network con un storyboard temprano para " El Enchiridion! ", mostrando que la premisa se podría ampliar a siete minutos de corto en una serie completa, manteniendo los elementos que lo

hizo con éxito: frases divertidas y bailes, un momento beso torpe con la princesa, y un "momento Abe Lincoln".

Cartoon Network luz verde la primera temporada en septiembre de 2008, con el objetivo de estrenarlo antes de Navidad de 2009, aunque esto fue más tarde empujó a 2010. "El Enchiridion" se convertiría en el primer episodio producido. Sin embargo, " Panic fiesta de pijamas ", que salió al aire el 5 de abril de 2010, es considerado el primer episodio.

Según la página oficial de "Hora de Aventura" (horadeaventura. com, En línea) la caricatura trata sobre un chico llamado Finn de 13 años de edad, y un perro mágico veintiocho años llamado Jake estos se encuentran con muchas extrañas aventuras en la Tierra de Ooo. En 2010, Cartoon Network recogió caricatura, y se estrenó con "adelantos" del 11 de marzo y 18 de 2010, seguido por el estreno oficial de la serie el 5 de abril de 2010. Esta serie tiene una clasificación TV-PG, con algunos episodios de re-clasificación.

### **Personajes**

*Finn* también conocido como Finn el Humano en la Tierra de Ooo, es uno de los personajes principales de Hora de Aventura, y el mejor amigo y hermano adoptivo de Jake.

Él es un joven adolescente (como él se describe así mismo) con un gran espíritu de aventura y exploración de la Tierra de Ooo, junto a sus amigos y conocidos.

No le gusta que le digan que Jake es su perro ya que él lo considera como un hermano.



### **Actitudes del personaje**

Muchas veces se comporta de manera sorpresiva y violenta, pero a veces Finn es un chico valiente y justo. Posee un fuerte sentido de la responsabilidad y se molesta cuando no logra ayudar a los que lo necesitan. Es incapaz de hacer cualquier cosa malvada o injusta. Su comportamiento es el de un niño pero cuando trata con mujeres, actúa de manera caballerosa. Es muy sensible y tierno, cuando está enamorado no sabe cómo actuar con las chicas y demuestra sus sentimientos.

### **Jake el perro, mejor amigo de Finn**

Jake (también conocido como Jake El Perro) es uno de los personajes principales de la serie Hora de Aventura. Él es un perro mágico y compañero constante de Finn que es su mejor amigo y hermano adoptivo. Jake tiene poderes elásticos, que le permite estirar y manipular su cuerpo. Él es el hijo de Josué y Margaret. Tiene un hermano llamado Jermaine. Jake es un perro de 30 años mágicos, (28 en el inicio de la serie, 29 en "Nadie Te Escucha" y 30 en la cuarta temporada), aunque no suele actuar con madurez. Tanto él y su novia, Arcoiris, comparten la pasión por tocar la viola o violín, donde vive el gusano Shelby. En "Jake el Papá", tiene hijos Lluvia-Cornios con su novia Arcoiris. Jake es un perro color amarillo con ojos grandes, tiene experiencias aventuras con Finn.



### **Actitudes del personaje**

Jake es generalmente tranquilo y tiende a no preocuparse por las cosas. Él se apoya en gran medida de sus Poderes elásticos (o Finn) al sacarlo de cualquier situación peligrosa que se mete a menudo. A menudo se hacen bromas, a veces graves, pero si Finn está de acuerdo con Jake y tiene siempre una idea o una canción para levantarle el ánimo. Actuando como el sabio mentor de Finn, que está siempre dispuesto a dar su opinión sobre una situación, pero sus sugerencias suelen ser inconsistentes, que van desde alentador y útil para una tontería sin sentido. Él puede ser un poco irresponsable, a veces, y a menudo dejando a Finn luchando contra la

mayor parte de una batalla. Jake puede ser disléxico, como lo demuestra en el hecho de que el escribe al revés, como se indica en su nota a Finn en el "Él Cuenta Cuentos".

### **Panorama general de los niños de Iztapalapa y la escuela**

Según estimaciones a partir del XIII Censo General de Población y Vivienda 2012 la delegación es Iztapalapa es la quinta delegación con más población infantil a nivel distrital. Según la página oficial de la Delegación Iztapalapa (Iztapalapa.com En línea) menciona que en la demarcación hay 451 mil 353 hogares, 26 por ciento encabezados por mujeres; 50 mil viviendas en mal estado y con niveles de hacinamiento. Sin embargo, aunque los datos nos refieren que los habitantes de dicha delegación son de bajos recursos, existe otro sector que cuenta con otras posibilidades económicas e incentivan a sus hijos a estudiar en escuelas particulares. Los informantes están permeados como cualquier otro niño por costumbres, tradiciones, conviven cotidianamente con la urbe y con las nuevas las tecnologías. (González, 2013. En línea). Este estudio ha elegido a la delegación Iztapalapa por ser una de las delegaciones con más niños. Se eligió la escuela primaria Fray Martín de Valencia porque es una de las escuelas que de entre 280 escuelas registradas ante la SEP y es una de las instituciones más antiguas y que ha perdurado dentro de los ocho barrios de la delegación Iztapalapa.

### **Escuela primaria**

Las instituciones educativas que encontramos en Iztapalapa son sin duda parte fundamental del crecimiento de dicha zona, sin embargo algunas de ellas no tienen el mismo acceso a los medios de comunicación por la falta de incentivos económicos, del mismo modo, algunos niños tiene la posibilidad de estudiar en una escuela de paga por que ambos padres trabajan y prefieren las escuelas de tiempo completo.

En la zona de Iztapalapa existen diversas instituciones que ofrecen servicios educativos de forma gratuita y otros privados, recordemos que en esta investigación se pretende que el contexto en donde se desarrollan los informantes sea a su vez parte de la relación que tiene con los medios de comunicación y como se identifican con dicho contexto.

Según la muestra cualitativa que se realizó, se pudo observar que gran parte de los niños provenían de hogares en los cuales ambos padres trabajan y que las condiciones de vida se acercan mucho a una familia de bajos recursos, los aditamentos con los que cuentan los niños en su domicilio son compartidos en algunos casos hasta por dos familias. El ingreso familiar es poco, lo que genera que ambos padres trabajen.

La escuela primaria Fray Martín de Valencia fue fundada en el año 1980 en compañía de administrativos con un alto de creatividad y crecimiento para los propios vecinos de la zona, esto se logra por la demanda de una institución de calidad y cercana al rumbo de muchos que ahí residían logran hacer crecer la institución.

La institución inició con un total de 10 trabajadores y únicamente 20 niñas y 14 niños. La escuela fue creciendo con ayuda de las personas cercanas a dicha institución. La escuela Fray Martín de Valencia cuenta hoy en día con más de 300 alumnos de nivel primario en ambos turnos. Cuenta con un programa de escuela de tiempo completo, independientemente de que la mayoría de los alumnos tienen derecho a recibir clases deportivas o artísticas por las tardes (dos veces a la semana) sin costo adicional. Entre sus principales propósitos es formar niños con principios básicos, como son la puntualidad, la honradez y el trabajo en equipo.

## Capítulo 3. Estado del Conocimiento

En este apartado se acotó parte de las corrientes del pensamiento más influyentes de los estudios de la recepción. De este modo, se pretende comprender el desarrollo de estos estudios y la colaboración que tienen con el análisis de las audiencias televisivas. El objetivo es dar a conocer las diversas investigaciones que se han apoyado de los estudios de recepción infantil de manera general y posteriormente centrarnos en los estudios que abordan del tema de la recepción desde los estudios culturales y por último la Infancia y los Medios y sus problemáticas. Se espera resaltar de estas investigaciones, sus propuestas teóricas, metodológicas y las conclusiones a las que han llegado.

Existen en América Latina distintas teorías que estudian la recepción como elemento constituyente y constitutivo, estos autores son: Guillermo Orozco, Martín Barbero y Néstor García Canclini por mencionar algunos. Y respecto al término de recepción (Guillermo Orozco, 1996: 44) menciona que “la recepción es interacción [...] esa interacción esta *necesariamente* mediada de múltiples maneras y esa interacción no está circunscrita al momento de estar viendo la pantalla”. Esta aportación nos hace comprender que, el proceso de recepción no es meramente lineal, si no por el contrario tiene múltiples facetas.

La información que se presentará a continuación es el resultado de la búsqueda de Tesis, revistas académicas, libros y artículos de internet. Mismos que nos llevaron a ubicar nuestro tema de análisis en los estudios de la recepción más representativos y de mayor importancia.

### 3.1 Estudios de la recepción Infantil

Los medios de comunicación constituyen un espejo para los niños, según Guillermo Orozco, la producción de sentido que la audiencia de la particular combinación de

medicaciones que tenga antes, durante y después el proceso de legitimación de lo visto en los medios (Orozco, 1996). Por ello los mensajes que obtengan los niños en materia de recepción no son únicamente efectuados y recibidos desde el aparato si no por el contrario llevan todo un proceso de negociación de significados y cargas que tiene que ver también con la influencia de las personas que conviven con ellos.

La Tesis de Maestría de presentada por Leetoy, S. en el año de 1998 titulada *Percepción, consumo y apropiación de los dibujos animados de la barra infantil de canal 5 entre niños de 8 a 10 años de la ciudad de Zacatecas: El caso de Dragón Ball Z*. Utiliza el análisis discursivo y el análisis de recepción, utiliza la metodología cualitativa y cuantitativa. Así mismo, reúne elementos significativos mediante la observación participante. Por otro lado, tiene una aportación fundamental para los estudios de la recepción activa pues en su conclusión sostiene los niños no reciben los contenidos de la caricatura de manera pasiva, si no por el contrario adecuan en su comportamiento algunos mensajes que consideran buenos para socializar.

Por ejemplo, la tesis de Posgrado presentada por Alfaro Ventura en el año 2010 llamada *La optimización de los resultados de la reforma educativa para enfrenta la Violencia escolar mediante la utilización de la televisión* propone estrategias que conviertan a los medios de comunicación televisivos en protagonistas de mensajes que enfrenten manifestaciones de violencia escolar y ayuden a superarla. Concluye mencionando que es pertinente comenzar con cualquier tipo de educación desde lo que vemos, y que los niños comenten lo que ven en la televisión, porque en el intercambio de unos con otros, confluyen ideas positivas negativas o positivas de lo que se mira y se forma una recepción más responsable.

Otra tesis Doctoral destacable es la de José Pineda, misma que fue defendida en el año 2005 y es titulada *La televisión digital en el hogar mexicano: Domesticación y consumo de una innovación tecnológica* en ella se analizan las características del equipamiento relacionado con el entretenimiento en el hogar, así como los patrones de sus respectivos consumos y la relación con el televisor. También se estudian los patrones de consumo televisivo que incluye el análisis de las franjas horarias de

visionado, las preferencias en contenidos. Elige a las familias acuerdo al número de integrantes y a la presencia o ausencia de niños en el hogar. Hace uso de las entrevista a profundidad.

Pablo Bandera Cañal, presenta en el año 1974 la tesis titulada *La influencia de un programa de televisión como medio educativo en niños y niñas de 3 a 5 años de edad en el DF, en relación al sexo*. El autor aporta datos alarmantes de la percepción que tiene los infantes respecto a los contenidos infantiles que retoman el tema de la sexualidad a manera de burla, utilizando la metodología cuantitativa logran identificar el porcentaje de niños que considera que hablar o burlarse de los homosexuales es algo natural y llega a la conclusión de que los programas de televisión fomentan en los niños una postura sexista.

Otro ejemplo es la tesis realizada en Colombia por Lorduy Johana presentada en el año 2011 en la Universidad de Comunicación Social y Periodismo titulada *Hábitos de consumo televisivo, percepción de valores y rol familiar en niños entre 6 y 10 años que tienen servicio de TV por cable en la ciudad de santa marta*. Este es un estudio sobre consumo televisivo, mediación y actitud crítica ante la TV. La autora sostiene que permitirles a los niños que vean TV sin control crea en ellos niños un tipo adicción, ya que los niños que reproducen lo que ven, que copian modelos a sus vidas sin crear su propia identidad. En conclusión, los hábitos de consumo se forman desde su etapa de desarrollo, y ver TV es una de sus actividades favoritas. Los niños son televidentes activos, receptivos que utilizan la TV como referente, y como una fuente de aprendizaje.

Jean Cazeneuve presenta su tesis en el año 1971 este autor aporta la investigación titulada *La televisión y los niños menores de cinco años*, esta investigación es una reflexión acerca del contacto que tiene los niños con los medios de comunicación abordando nuevamente desde el análisis de la recepción, basándose en objeto de producción y difusión por parte de los medios de comunicación. El autor sostiene los niños constituyen un público naturalmente atraído por el espectáculo. Llega a la conclusión de que en efecto, los niños que están más que otros en casa y tienen

todo el tiempo para mirar la televisión, forma vínculos especiales con los contenidos televisivos.

Otras tesis que hablan de la recepción infantil y que pueden ser consultadas para mayor información son: Tesis doctoral de Prado, Neuenschwander (2007). *La interacción entre el relato del mundo televisivo y de la vida real en el proceso de construcción emocional infantil*, Tesis doctoral de Posada, Álvarez (1999). *Violencia y manipulación en la programación infantil de televisión*, Tesis doctoral Martínez Otero, (2011) *La protección de la juventud y la infancia como límite a las libertades informativas en los medios audiovisuales*, Tesis doctoral, Conde Miranda, (1999) *La experiencia de ver televisión: respuesta emocional a secuencias audiovisuales de miedo*, Tesis doctoral Orza, Fabián (2001), *Formulación de un modelo integral para el análisis estructural de la realidad y la ficción en el discurso televisivo*. Todas estas tesis fomentan la reflexión desde las consecuencias que pueden llegar a tener los medios de comunicación infantiles en la vida de los niños. Además todas estas investigaciones proponen planes comunicativos que fomenten la recepción responsable y acompañada. Enfatizan sobre el tema de la transformación de los contenidos infantiles violentos a educativos.

Otra investigación que aporta fundamentos importantes es dirigida por Orozco Guillermo en (1992) *Hablan los televidentes: estudios de recepción en varios países*. El investigador analiza a los miembros de la familia frente al televisor, utilizando la metodología mixta encuentra que los miembros de la audiencia entran en una secuencia interactiva que implica varios grados de involucramiento y procesamiento de contenido televisivo. En conclusión, el identifica las etapas principales de esta secuencia, que arranca con la atención, pasa por la comprensión, la selección, la valoración de eso percibido, el almacenamiento e integración de los mensajes.

Por otro lado existen investigaciones destacadas que reflexionan la televidencia, la recepción infantil, la violencia y las mediaciones televisivas infantiles.

Mercedes Charles y Guillermo Orozco (1991) presentan en el libro Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios. Un estudio que nos habla de los diversos tipos de recepción de crítica, ambos autores sostienen que es pertinente analizar la recepción desde la apropiación de los mensajes y no de manera superficial. Concluyen con la propuesta de una recepción educacional a un corto plazo en países como México, Brasil y Chile.

La investigación de Melina Rentería publicada en el año 2008 llamada. La Educación a niños para la recepción crítica del discurso televisivo, analiza la recepción de los niños desde una postura crítica, la autora destaca su interés por conocer el entorno comunicativo en el que se desarrolla la recepción así como el grado de conocimiento de los receptores del fenómeno televisivo y de los mecanismos de producción asociados al mismo. Utilizan la metodología Cualitativa. Los resultados de esta investigación alertan sobre la progresiva invisibilidad que va obteniendo el fenómeno televisivo desplazado por las nuevas tecnologías de la información en las agendas de investigación para el aprendizaje.

Otro libro que es importante mencionar es el de Barajas Ahumada mismo que fue publicado en el año 2005, llamado, La tv y la educación: ¿Una red interconectada?. Es importante resaltar esta aportación ya que se cuestiona la mayoría de los elementos que conforman los contenidos televisivos, hace énfasis en la educación desde la recepción y cómo son conformadas estas redes en las que se mueven los medios de comunicación. Retoman las ideas de la nueva teleeducación con algunos contenidos que podrían favorecer a los jóvenes y niños.

En el libro titulado Sociedad Eléctrica: Preguntas por la educación en el mundo Televisivo publicado por Claudia Lizarasi Arias en el año 2007, en el encontramos que la autora busca generar un mayor reconocimiento de la producción de

contenidos televisivos con valor educativo. Hace énfasis en los resultados que estos programas pueden generar en la sociedad y en los niños, sostiene que la educación televisiva debería ser asumida como un incuestionable puente y una relación entre las instituciones, los medios de comunicación y la educación.

Sandra Carli presenta Estudios sobre comunicación y cultura: Una mirada a las transformaciones. Esta publicación es presentada en el año 2003 y nos muestra una mirada peculiar desde la comunicación como herramienta del siglo XXI, la autora sostiene que los medios de comunicación forman parte de las culturas contemporáneas llegando a transformar algunas prácticas culturales, concluye mencionando qué se deben de reorientar los contenidos televisivos según la cultura real a la pertenezcan, del mismo modo invita al lector a crear conciencia desde la cultura tradicional.

Estrado Otero por su parte presenta Innovaciones en Televisión Educativa, publicado en el año 2005. Este libro fue presentado en la Fes Aragón y tomó un tinte importante al cuestionar las herramientas de la tecnología, la televisión y la mediación cultural en relación con las familias mexicanas. Este estudio se conforma de un análisis exhaustivo de la educación y la conformación de los mensajes televisivos dentro de un sector de la sociedad. Llega a la conclusión de que la educación está siendo víctima de la nueva era tecnológica, generando un desplazamiento por algunos contenidos televisivos que educan de manera activa a los televidentes.

Guillermo Orozco presenta: *La televisión entra en el aula. Guía para maestros en el año 1998*. Este libro detalla estrategias y ejercicios de intervención pedagógica para desarrollar una educación televisiva en el aula. Estas guías pretenden que los profesores puedan introducir los medios de comunicación en la escuela de manera que los alumnos se formen una actitud crítica ante ellos. Se quiere, en este sentido, convertir a los niños en consumidores inteligentes e interlocutores de la televisión y no ser menos receptores. De esta forma, el estudio de la programación, de los

modelos televisivos, de la publicidad, de sus programas favoritos, se convierten en aspectos fundamentales para el visionado crítico. Por ello, uno de los principales objetivos del libro es tomar la televisión no como un recurso sino como un objeto de reflexión y análisis.

La investigación de Teresa Pacheco presentada en el año 2001 titulada: La investigación social y la formación de recursos humanos en Chiapas, retoma el análisis de la recepción infantil, utilizan varios estudios de caso, hacen una breve reseña histórica de la TV, de los géneros televisivos y sus temáticas, es realizado en niños de escuelas primarias bajo el criterio de la educación para la recepción. Utiliza la metodología cualitativa pues busca entender las opiniones de los niños, padres y maestros frente a la TV y sus contenidos. La conclusión a la que llegan con este análisis es la comprensión de las variables que tienen los niños para elegir un programa u otro desde las cosas que los rodean.

Por otra parte el autor José Aguaded, presenta en el año 1999: Convivir con la televisión: familia, educación y recepción televisiva, el autor sostiene que es necesario indagar en la formación de los telespectadores como eje básico para comprender y entender la televisión. Se analizan los diferentes entornos clave para fomentar la educación en el uso y recepción televisiva infantil. Se hace un estudio de caso y posteriormente se planea un plan comunicativo para que la familia y la escuela tomen un papel a desempeñar en la integración de todos para la recepción crítica.

La investigación de Marks Greenfield en el libro: El niño y los medios de comunicación en el año de 1984, en él se enfatizan los efectos positivos que tiene la televisión y las caricaturas frente a los niños. Argumentando que las caricaturas invitan a los niños a imaginar y ser más creativos. Concluye mencionando que es de suma importancia enseñar a los niños a diferenciar entre realidad y fantasía. Puntualiza que los niños tienen que aprender a ver la televisión y a descifrar los mensajes con el tiempo y la experiencia, y esto supone un desafío mental.

Eva Antón, presenta *La socialización de género a través de la programación infantil de televisión* en el año 2001. En esta investigación Antón sostiene que los niños siguen incorporando pensamientos, actitudes, valores, creencias, desigualdades de sexos por medio de los mensajes televisivos. Por lo tanto es necesario tener en cuenta de los patrones implantados por la sociedad aún siguen vigentes en muchos de los mensajes dentro de las caricaturas y se hacen evidentes por las respuestas de los niños. Existe una mayor atracción en las series de televisión para los niños pues aquí se dan más las relaciones de género.

Otra investigación que nos habla de la recepción infantil es presentada por la autora Marta Lazo llamada *La guía paterna en el consumo televisivo: un modelo cuantitativo y cualitativo en el aprendizaje* esta investigación fue publicada en el año 2006, la autora menciona las pautas que los padres ofrecen a sus hijos en cuanto a consumo televisivo pues son fundamentales en la formación e interacción del niño frente al medio. Afirma que el control paterno ayuda al niño a aprender y a establecer criterios relativos frente al contenido de las caricaturas y a elegir los programas que resultan más acordes para su edad. El estudio revela que los niños que acostumbran a dialogar con sus padres respecto a lo visto en televisión presentan mayores niveles de actividad en el proceso de visionado.

Por otro lado, Joan Ferrés Prats presenta *La familia frente al televisor: ¿víctima o culpable?* En este estudio, la familia se presenta a menudo como víctima de la televisión y hay motivos para pensar que lo es en algunos sentidos. Pero esta constatación no exime a la familia de responsabilidades ante el fenómeno televisivo. Mediante los grupos de discusión y la observación se llegó a la conclusión de que la familia es responsable de los productos que se selecciona para el consumo.

Para el año 2003, Navarro presenta: *La Interacción Entre Las Familias y la Televisión: Un Estudio en Aguascalientes*, en el muestra cómo los miembros de las familias del estrato alto, a pesar de tener más posibilidades tecnológicas, como TV por cable o vía satélite, se manifiestan como poco interesados en la recepción solitaria de los niños, esto genera una problemática y falta de atención. Los niños

manifiestan actitudes violentas frente a las niñas con las que socializan y refuerzan discursos que han aprendido de las caricaturas con la figura paterna.

Otros libros que pueden servir de consulta son: Hodge, Bob (1988) Los niños y la televisión, Venegas Carlos (2002) Televisión infantil: voces de los niños y de la industria televisiva, Martínez, 1994; Orozco y Viveros, 1996; Renero, 1996) e incluso otros más interesados en las mediaciones familiares en el proceso de ver televisión (Cornejo, 1992; Guadarrama, 1999; Renero, 1992, 1995 y 1997; Vega, 2005). Juárez Mendias, R. E. (1989). Y estos otros libros más interesados en la recepción crítica y educativa. Martínez, (2002) Los estudios sobre la recepción. Aportes educativos para la recepción crítica de mensajes audiovisuales transmitidos por la tele, Montero Rivero, (2006) Familia, televisión y educación en México, Gustavo Bueno (2000) La convergencia entre obra abierta y teoría de la recepción. Orozco, Quiroz (1988) Hablan los televidentes: Estudios de recepción en varios países. La recepción crítica de televisión. En general, todos estos libros retoman a la recepción como un procesos socializador infantil y argumentan que la recepción esta mediada por otras instituciones como la familia, la escuela o los grupos extracurriculares. Y analizan a la recepción como un proceso que promueve diversas posturas en los receptores de manera activa.

Otra aportación que nos ayuda a comprender la recepción infantil, es presentada por Corona Sarah en el año de 1986 titulada: Apropiación de los héroes televisivos en México, misma que es publicada en una revista académica. En este estudio es muy importante resaltar que se fueron tomados varios elementos importantes para el análisis de los niños por ejemplo; el desarrollo cognoscitivo y la clase social para construir y comprender un panorama de posibilidades en la apropiación de los mensajes. La autora sostiene que la observación y los rasgos repetitivos de los niños revelan las distintas formas de apropiación que tienen los niños de las caricaturas. En conclusión, encontraron que los niños cambiaban sus nombres a la hora de los juegos, apropiándose de nombres de Súper Héroes televisivos. La autora afirma también que el papel de la televisión es importante para el juego e identificación de los niños frente a otros. Y concluye mencionando que el

receptor infantil produce significados a partir de las condiciones de producción, estas se transforman individualmente o colectivamente con otro grupo de niños, dependiendo de la convivencia del pequeño “apropiador”

Para el año de 1996, Orozco realiza un estudio de recepción titulado: Televisión y Audiencias. El estudio es realizado con ayuda de la metodología cualitativa con la participación de familias mexicanas y grupos de niños, el autor señala y llega a la conclusión de que el núcleo familiar es el primer lugar donde se da la apropiación de los mensajes que ven los niños de la Tv. Esto nos aproxima a la comprensión del proceso de apropiación de los mensajes televisivos desde el interior de la familia.

Esta investigación aporta un dato particularmente curioso. El autor menciona que la mayoría de las audiencias entrevistadas (núcleo familiar) tienen claro que no siempre los contenidos televisivos son saludables para los niños; sin embargo, la recepción está condicionada por los quehaceres que los niños realizan en el hogar para obtener como recompensa ver la televisión. La metodología que utiliza es cualitativa y según Orozco, esta permite un conocimiento más detallado y más integral de todo aquello que interviene. Otro artículo titulado “Análisis de la recepción televisiva en audiencias socio-culturalmente diferenciadas en Bogotá” realizado en el año 2000 por Fabio López y otros investigadores del Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura de la Universidad Nacional (IECO UN) presenta la realización una encuesta a 165 hogares, analizan la información empírica sobre las valoraciones que frente a la televisión y observan a los miembros de familias pertenecientes a estratos económicos altos y bajos. Entre las conclusiones se destacan la complejidad del fenómeno de las audiencias, abordado más desde el concepto en plural que en singular, cuya comprensión supone un abordaje tanto de sus lógicas de producción como de recepción.

El estudio de análisis de la recepción de diversos géneros televisivos latinoamericanos, realizado por el prestigioso Valerio Fuenzalida en el año 2011 titulado: “La audiencia televisiva busca afecto y respeto” plantea que la audiencia no valora los programas que se construyen en el tono emocional académico; por el

contrario, aprecia una comunicación con un tono de cariño, ánimo y energía ante los quehaceres y dificultades en la vida de hogar, utilizando la metodología cualitativa, concluye que la nueva conceptualización de lo educativo/televisivo abre dos ventanas de oportunidades a una TV efectivamente aportadora a las audiencias latinoamericanas con estas características.

Otra aportación para analizar es la “Propuesta de un modelo pedagógico de competencia televisiva con fines educativos” presentado por Boris Bustamante, Fernando Aranguren y Rodrigo Arguello con respaldo de la Universidad Distrital en el año 2002 en Bogotá. Este trabajo parte de una reconstrucción del proceso teórico y práctico de construcción de comunidades de apropiación televisiva en ambientes educativos y comunitarios analizados desde la recepción. Este análisis se apoya de los estudios culturales para comprender la apropiación de los mensajes televisivos con fines educativos.

Otra publicación académica presentada por José Cabero Almenara titulada “Retomando un medio: la televisión educativa”. Hace un recuento y conceptualiza la idea que se tenía en la década de los cincuenta de la televisión infantil educativa. La autora señala la falta de estrategias de estructuración, organización y utilización de la información en la televisión educativa y las actitudes de los receptores hacia el medio televisivo. Contrasta muchas posturas que hoy en día no se han logrado desde la recepción educativa y asegura que la falta de crítica social de este medio de comunicación en pleno siglo XXI es un obstáculo para la recepción infantil. Concluye mencionando que la televisión y la recepción crítica podrían mejorar significativamente la educación de los niños y los problemas de violencia.

En la Universidad Autónoma Metropolitana de Xochimilco se llevó a cabo un estudio realizado por Corona en el año de 1989. Esta investigación abrió la línea en el estudio de la apropiación y la producción de sentido a partir de los referentes mediáticos. Generó una crítica al pensamiento tradicional que se tenía del impacto y los efectos de los medios de comunicación que ponían al sujeto activo pasivo como receptor proponiendo el entendimiento de la formación del sujeto

dialécticamente como un proceso tanto individual como social. No utilizó el análisis del discurso televisivo si no propuso analizar el discurso de los propios actores sociales.

La publicación de Marta Lazo titulada: "La televisión en la mirada de los niños es publicada en el año 2005". La autora presenta un interesante aporte de la recepción infantil proponiendo la vía de la educación para el consumo televisivo. Ya que algunos niños que crecieron con la televisión tienen prácticas de consumo que muy cuestionables. Cabe señalar que le da importancia a la reconstrucción de la preferencia televisiva para modificar los consumos desde edades más pequeñas.

Cerda Cristerna publica para el año 1998. "Recepción y apropiación de Dragón Ball Z en niños de quinto año de primaria. Esta ponencia es presentada en el IX Encuentro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. La evidencia que ofrece este trabajo debe de interpretarse en el hecho de que el género televisivo influye mucho en las problemáticas que presenta los niños desde la apropiación de los mensajes. Además, puede concluirse con esta investigación que el género tino determina diferencias o similitudes de manera universal en las actitudes de los niños, pues también aparecieron algunas diferencias por el rango de edad de los informantes.

Por otro lado, Sarah Corona presenta: "El niño y la televisión: una relación de doble apropiación el caso de los Súper amigos" en el año de 1989 En esta investigación, Corona nos acerca a la realidad de la recepción infantil pues sostiene que la participación de los personajes que son creados en las caricaturas de ficción fomentan en los niños una postura acrítica, esto genera una apropiación y reconocimiento de los mensajes, es ahí donde la recepción se convierte en participativa. La metodología seguida permitió reflexionar sobre la televisión, su relación con los niños y los "universales infantiles". Se pudo observar rasgos repetitivos del juego y se compararon con aquellos que ofrece la televisión proporcionó una visión de las características dominantes y de las diferencias de clase social y sexo.

Santos Griselda presenta para el año 2009. “La relación adulto- niño y las dinámicas familiares. Una investigación de recepción y apropiación de mensajes massmediados”. Este trabajo presenta una investigación cuyo objetivo general propone indagar los procesos de recepción y apropiación, por parte de los niños, de características de la representación infancia que circula en el espacio sociocultural en la actualidad. Hacen encuestas a 32 niños/as de 8 a 12 años, de diferentes medios socioeconómicos-culturales. Se expone parte del análisis de contenido de las narraciones y se hace uso de encuestas individuales semi-dirigidas. Se sintetizan algunas de las líneas de interpretación de las narraciones y se plantean interrogantes referidos a la dinámica familiar, el lugar de los niños/as y la relación entre adultos y niños en nuestra cultura.

Asimismo, Maritza López de la Roche presenta para el año 2000 la publicación titulada “Los niños como audiencias”, en este artículo la autora explora el universo de los imaginarios infantiles en sus relaciones con lo próximo (la familia, el barrio) y lo lejano (la ciudad, el país, el mundo) y las maneras en que los medios de comunicación intervienen en la construcción de dichas imágenes. Afirma que los niños y las niñas son más que espectadores frente a los medios: son actores sociales, sujetos de derechos y consumidores activos de los mensajes mediáticos. La riqueza de esta investigación permite hacer una cartografía de conocimientos sobre el tema de televisión y niñez en algunos puntos, por ejemplo, el tiempo dedicado por los niños a ver televisión diaria en Colombia.

Por último la aportación de Verónica Ochoa publicada en el año 2009 titulado “Hacia el estudio de la apropiación de los mensajes televisivos”. Presenta una postura crítica, impulsando a nuevas prácticas receptoras, siendo nosotros mismos críticos de la audiencia, categorizando estas técnicas y nos da un acercamiento pronto al sujeto, involucrando los niveles de apropiación de los mensajes.

Las publicaciones siguientes podrían considerarse autores clásicos de la recepción, cuentan con distintos tipos de contenidos, ya que algunos analizan los diferentes tipos de audiencias, y algunos otros se ven preocupados por el origen geográfico

de los programas preferidos de los niños. De la Garza, 1997; Huerta, 2005; Huerta y Cerda, 2002; Lozano, 1994; Lozano, 2003, otras fuentes revisadas son *La diversidad de contenidos preferidos por segmentos específicos de la audiencia como los niños y jóvenes* (Chavero y García Muñoz, 2005; González Hernández, 2006; López, 2003, 2004).

### 3.2 Investigaciones de la recepción infantil enmarcadas desde estudios los culturales

La comprensión de los procesos de recepción y construcción de sentidos se desarrolla dentro de los estudios culturales. Por ello, se sabe que las aportaciones de los estudios culturales en el análisis de la recepción y las audiencias trabajan sobre la misma línea. El estudio de los procesos de recepción constituye un ámbito fuertemente revelador de los cambios más importantes de la investigación de la comunicación a finales del siglo pasado.

La tesis doctoral presentada por Marta Lazo publicada en el año 2004 llamada *Análisis de la audiencia infantil: de receptores de la televisión a perceptores participantes* se enmarca dentro del enfoque "Educar para los medios" y hace gran énfasis en la percepción/ recepción. Se apoya de los Estudios Culturales, utiliza un enfoque metodológico integrado o mixto, se apoya de distintas áreas, como son la psicología, la estadística y la pedagogía. Concluye con el análisis de la recepción como medio de aprendizaje de valores y contravalores.

Desde la mirada de los estudios culturales la autora Aranda presenta en el año 2007 la Tesis titulada: *Estudios de recepción, consumo cultural: Comunitarias interpretativas. La casa de Gran Hermano*. El propósito de esta investigación es indagar en los contextos comunicativos y procesos de resignificación de significados de la segunda edición del programa televisivo Gran Hermano, en conclusión sostiene que muchos de los encuestados construyen o modifican sus hábitos de consumo por medio de lo que ven en ese programa.

Por otro lado el libro: Televisión, Audiencias y Estudios Culturales del autor David Morley presentado en el año 1996 sostiene que el análisis de los productos mediáticos y de recepción que se definen explícitamente como no políticos, son en realidad creados para analizar la cultura política” y la construcción de sentidos por las audiencias. Morley analiza las lecturas del programa en diferentes sectores de la audiencia, buscando establecer conexiones o articulaciones estructurales. Se basa en los estudios Culturales y hace uso de la metodología cualitativa para analizar a los 18 grupos entrevistados, mismos que incluían televidentes de diferentes niveles educativos, origen social y cultural, lugar de residencia, etc.

El libro que presenta José Valenzuela titulado: Los estudios recepción: Los estudios culturales en México en el año 2006 da detalle de los distintos tipos de estudios de recepción que han efectuado a lo largo de los años en México, mismos que categorizan a los niños, jóvenes y adultos mayores por medio de su contexto cultural. Presenta los rasgos más representativos de sus dietas televisivas y de consumo hasta llegar a la conclusión de que muchos de los contenidos se encuentran hoy en día mezclados con la cultura.

Otra aportación interesante es la de las autoras Ana Vergara, Paulina Chávez del año 2010 titulada: Televidencia y vida cotidiana de la infancia. Un estudio de casos con niños y niñas de Santiago. Este libro aborda el tema de la recepción desde sociología y la comunicación, focalizando las significaciones de la televisión en la vida cotidiana de niños y niñas de Santiago de Chile. Utilizan la metodología cualitativa, además analiza el consumo televisivo infantil en sus contextos espaciales, temporales e interaccionales. Este estudio concluye con el análisis de la relación que tienen los niños y las niñas con la televisión y la construcción de su identidad.

La investigación titulada: El entretenimiento televisivo: Un estudio de audiencia desde la noción de gusto, es presentada por Grandío Mar en el 2009, en esta investigación se reflexiona sobre el entretenimiento televisivo a través del concepto de gusto, un ámbito poco investigado desde el prisma de la audiencia. Se enmarca

dentro de los Estudios de Recepción y los estudios culturales, se basa en un análisis de los espectadores de Friends en España centrándose en el consumo, los personajes y su actitud ante el universo representado. Aspectos como el consumo rápido y la identificación parcial. En este estudio se combinan los métodos cuantitativos y cualitativos con el empleo de 2.494 encuestas online, dos grupos de discusión y diez entrevistas en profundidad.

En el libro *Comportamiento infantil. Consumo mediático y cultura del consumo, consumo material* del autor Aroldi Telos del año 2007 encontramos que el consumo televisivo se puede observar desde la identidad y la pertenencia que tienen los niños en los procesos de socialización. También se puede comprender que la familia y las instituciones educativas juegan un rol importante en la mediación televisiva y son dos universos del consumo. Concluyendo con que el paradigma de la domesticación permite analizar eficazmente los nexos recíprocos entre el consumo mediático y el consumo material.

El (Convenio Andrés Bello y Fundación Restrepo Barco. Bogotá: 2002). Realiza un estudio con el autor Flavio Venegas en donde a partir de la oferta de programación infantil existente realiza una descripción de sus características desde el punto de vista de la narración, contenidos y estructura para entender las razones de aceptación. Para ello el autor selecciona los programas de mayor rating, utilizando el análisis del consumo.

Por otro lado, Tomás Vázquez realizó un segundo estudio en este mismo país llamado “La Televisión en familia y la familia en la televisión” en este estudio el autor analiza los usos que la familia le da a este medio masivo desde la comodidad del hogar. Utiliza el método cualitativo, buscando entender la forma en que la televisión reorganiza los espacios y los tiempos familiares y a su vez la manera como el medio incide sobre las relaciones de socialización de los actores familiares.

En el artículo “Los padres, ante el consumo televisivo de los hijos: Estilos de mediación” escrito por la autora Teresa Torrecillas en el año 2013 difunde los resultados de una investigación que tuvo como objetivo principal describir y explicar

las características de la mediación familiar sobre el consumo televisivo de los hijos y establece una tipología. Para cumplir con el objetivo central, la autora realizó entrevistas en profundidad a padres y/o madres con hijos de entre 4 y 12 años de la Comunidad de Madrid. Y logró concluir que la mediación proviene de los padres. Determinando que es la mediación familiar la que sigue patrones de interrelación entre los hijos.

Por otro lado, Agustín Morón presenta en el año 2003 “Un estudio en España para conocer el consumo televisivo infantil”, es esta publicación hace énfasis en los comerciales y en los programas de fútbol. En esta investigación podemos darnos cuenta que los niños están cansados de tanta publicidad y se considera que algunos de los mensajes que emiten los comerciales son dañinos para ellos, ya que contienen mucho contenido sexual. El autor hace uso del método mixto.

Hacia 1999 Omar Rincón, profesor del Departamento de Comunicación de la Universidad Javeriana presenta el trabajo titulado “La televisión que ven los niños” Esta publicación recoge el análisis de los programas con más rating en el público infantil entre agosto y diciembre de 1999 en la televisión colombiana. Propone criterios y características que un programa infantil debe tener en términos de narración, contenidos, valores, estéticas e interrelación con la audiencia. Concluye retomando los valores que son aprendidos por los niños con un 40% desde la recepción.

Posteriormente Eva Antón presenta “La socialización de género a través de la programación infantil de televisión” en el año 2001. La autora sostiene que las niñas y niños incorporan numerosos patrones de conducta y pensamiento (actitudes, valores, creencias, normas, comportamientos) de este modo perpetúan la desigualdad entre los sexos, de forma que la adscripción sexual determina sus condiciones de vida desde la cultura, en mayor medida que sus capacidades o aptitudes individuales. La autora se cuestiona otras formas de socialización y modelización cultural, no estrictamente educativas o familiares sino provenientes de la recepción de la programación infantil. Concluye la investigación sosteniendo que

los contenidos infantiles producen una mayor penalización para un personaje femenino, especialmente por parte de las niñas y que los niños no penalizan la transgresión al modelo femenino conforme a las pautas de género y ejemplifican roles de masculinidad.

Por otro lado, Francisco Muños García publica el artículo “Efectos de la televisión en los niños” en el año de 1994. Esta investigación sostiene que el niño se interesa más por aquellas actividades que implican poco esfuerzo mental y en menos tiempo un ejemplo son los contenidos televisivos, esto inducen a tener comportamientos distintos a los que se dan en casa, algunos de estos niños muestran actitudes hiperactivas en las distintas formas de socialización. El autor llega a la conclusión de que es preciso fomentar desde la cultura el compromiso por la lectura u otras actividades que ayuden al niño a socializar saludablemente en cada entorno.

### 3.3 Infancia, medios y violencia: una convivencia difícil

En la programación de la franja infantil se presentan situaciones y lenguajes en los que se enfatiza la visión del otro personaje como enemigo, lo cual constituye el desarrollo de cada capítulo de serie en función de la defensa y el ataque como las únicas posibilidades de generar narrativas con intriga y que despierten la atención y las expectativas del niño. Interesa detallar cómo este esquema narrativo, que se incorpora a los relatos televisivos de la franja infantil, organiza un esquema mental de héroe-enemigo, lucha-defensa, ganador-perdedor genera una serie de problemáticas que se han logrado demostrar a través de los estudios de recepción enmarcados en las problemáticas. Los estudios de recepción que han logrado enfatizar estas problemáticas desde hace algunos años son:

La tesis de Maestría realizada por Posada Álvarez Alexandra en el año 2007 titulada *Violencia y Manipulación en la programación infantil*, se propone mostrar un análisis que ayude a la sociedad, a los padres, profesores, teleastas, por ello analiza la influencia nociva de determinado tipo de programas infantiles televisivos y propone

comenzar a promover una visión sobre lo que la televisión es y significa en nuestras sociedades. La conclusión a la que se llega es que considera que no es solamente la televisión quien tiene la que tiene un efecto negativo si no por el contrario el entorno familiar juega un punto importante en el proceso de recepción y la violencia aceptada por la propia familia como diversión.

Milagros Arcila presenta la tesis, *Relación entre los niveles de agresividad y la convivencia en el aula en los estudiantes de Cuarto grado de educación primaria de la escuela Eleazar Guzmán Barrón* misma que es presentada en el año 2001. En esta, la autora hace un estudio de caso desde la psicología educativa. Fue una investigación correlacional, cuyo objetivo fue determinar la relación que existe entre el estudiante y los factores que generan ciertas posturas agresivas. A lo que encontraron que la mayoría de los 104 estudiantes manifestaba haber visto contenidos agresivos en las caricaturas o la televisión con un 54% tienen un gran índice de violencia con discursos similares a los de los personajes de ficción, series televisivas.

La aportación de Marta Certucha publicado en el año 1976. Tesis titulada: *Efectos a corto y largo plazo de dos intensidades de un contenido violento sobre la conducta agresiva de los niños en función del tiempo que se exponen a la televisión*. En la cual intenta colaborar al esclarecimiento de la forma en que la televisión despierta la agresividad infantil, sometiendo a los niños a dos intensidades de contenido violento, tomando en cuenta el tiempo en que se exponen al medio. Así como también analiza la clase social a la que pertenecen, pues sostiene de es de suma importancia destacar la falta de crítica a la recepción en la clase media alta dentro de las conclusiones.

Carlos Alberto Vélez Venegas presenta en el año 2002. *Televisión infantil: voces de los niños y de la industria televisiva*. En esta publicación podemos dar un bagaje de las diferentes perspectivas que tiene la sociología respecto al tema de la industria televisiva, de hecho contiene algunas hipótesis argumentando que las variables de cada familia tiene relación directa con los contenidos violentos que los niños eligen

de la televisión, provocando alteraciones en los niños y generando actos violentos en la sociedad. Utilizan la observación ya que se piensa que es la vía más fácil para analizar a un grupo numeroso de niños.

Cebrián publica el libro: *La interpretación de los mensajes televisivos por la infancia* en el año 1991. Este autor sustenta que la televisión no emite sus mensajes en un vacío ideológico y los espectadores no son meros sujetos pasivos de tales discursos. Llega a la conclusión de que por el contrario algunas posturas que tienen los niños resaltan los efectos nocivos de la televisión, efectos tales como la pasividad y adicción que pueden producir en el niño dicho medio.

En el libro *Cultura y Televisión: Una relación de conflicto* publicado por Francisco Rodríguez en el año 2003 nos muestra una mirada del conflicto que se vive de la recepción televisiva hacia la vida cotidiana, es de suma importancia resaltar que el autor habla de manera general de estas problemáticas y de las falsas ideas de consumo que se generan en los receptores por parte de los comerciales y programas con personajes ficticios llamativos, también nos habla de la apropiación de discursos televisivos que se contraponen con la cultura.

Según el libro, *La televisión y los españoles* publicado por Rodríguez en el año 1992, existen muchos factores que afectan la recepción infantil ya que los padres usan la televisión como un medio para tener a los hijos entretenidos y así no ocuparse de ellos, por lo que muchos niños ven la televisión solos, lo cual es perjudicial ya que nadie les restringe la programación. Muchos de los contenidos tienen en algunas ocasiones material sexual y los niños no tienen supervisión de un adulto. En resumen, uno de los problemas que genera la recepción solitaria infantil es la búsqueda de la reproducción de lo visto ahí por los niños.

Por otro lado, Martínez Pilar presenta en el año 2001 el libro *Los niños y el negocio de la televisión: Programación, consumo y lenguaje*, en particular este libro se adentra en las relaciones existentes entre comunicación e infancia desde una doble

perspectiva: comunicativa y lingüística. Abordan asuntos como: la familia en el proceso de recepción televisiva infantil; la influencia de la televisión en la adquisición del lenguaje; qué es lo que, en realidad, ven nuestros niños en la televisión y la influencia que dichos programas tienen en su formación. El estudio concluye con un estudio de caso en el que se realiza un análisis lingüístico y de contenido sobre una de las series más populares entre los niños: los Simpson.

Jordán Arriaga (s/f). Presenta el libro *Efectos de la televisión en la conducta verbal de infantes de casa cuna*. Este trabajo, es una exposición concisa sobre el fenómeno tecnológico y social que constituye la televisión. En primer lugar, se da una breve y sencilla visión sobre el rol de la vida de los infantes y en segundo lugar dan detalle de los hábitos de consumo televisivo. Por último, se llega a la conclusión de que los efectos que tienen la televisión influyen la conducta de los infantes.

Por otro lado J.L. Wright, publica en el año 2004. *Contemplación de la violencia en la televisión por parte de los niños ¿Ejercen un control los padres?* En este trabajo el autor explica desde la pediatría las diferentes formas en las que los niños manifiestan problemas de conducta por efectos de la televisión, sostiene que en algunas ocasiones los padres tienen problemas al momento de elegir la programación infantil ya que no supervisan los contenidos. Esto va degenerando la relación de los padres con los hijos y se crea un vacío familiar. En este estudio no se mencionan cuál es la metodología que utilizan pero se cree por las características de la conclusión es la metodología cualitativa.

Estela Barandiarán de Garland publica en el año de 1973 el libro que lleva por título *Problemática de la teleducación en América Latina*. En él se hace un análisis exhaustivo de la barra programática en los países de América Latina, pasando por Colombia, Chile, Argentina, Brasil y México. La diferencia que tiene esta investigación de tantas otras es que, hace una comparación con las horas de exposición que tienen los niños y retoma las causas por las cuales los niños prefieren un programa divertido a uno educativo. Concluye mencionando que los

niños no toman a la televisión como algo serio y refuta la idea tradicional de que los contenidos infantiles son malos para los niños.

Ignasi de Bofarull publica en el año 1999 “La violencia en televisión y sus efectos en niños y adolescentes” el autor toca temas que aquejan a la sociedad desde la sociología. Muestra datos duros del incremento de la violencia infantil frente a situaciones cotidianas dentro de las sociedades urbanas, un punto clave para entender este artículo es analizar los procesos socioculturales por los que pasan los infantes, el autor también habla de la participación que tiene el ceno donde viven los niños y los contenidos que les permiten ver.

Otra publicación importante es la de María Esther Del Moral Pérez presentada en el año 1996 titulada “Incidencia de los dibujos animados de televisión en el aprendizaje socio cognitivo de los niños/as de primaria”. En este estudio se analiza la influencia de las caricaturas que pasan en la TV y su efecto socio cognitivo en la escuela Primaria desde la Educación, hacen uso de la metodología cualitativa y se apoyan de las teorías de la sociología. Finalmente llegan a la conclusión, que los distintos programas de caricaturas generan en los niños posturas más hábiles pero mucho más violentas.

Otro artículo sobresaliente titulado “La influencia de la televisión en los niños” presentado por María García en el año 2003 expone los resultados de un análisis cualitativo basado en la participación que ejerce el medio televisivo (caricaturas) en los niños con edades entre los 6, 7 y 8 años. Las conclusiones más relevantes de esta investigación afirman que los niños muestran interés por todos los programas infantiles que incluyen escenas de acción y violencia, relegando a segundo término los educativos; la publicidad moldea decisivamente la mente de estos niños, los niños pasan la mayoría de su tiempo libre sentados frente al televisor.

Roberto Farné, en el año (2008) presenta “El problema de la investigación sobre los niños y la televisión” En esta publicación el autor sostiene que la sociedad actual

no tiene la más mínima conciencia de los efectos nocivos que la televisión puede ocasionar en los niños y hasta los seis años no se comienza a distinguir lo real de lo imaginado, mientras los adultos ven los programas, los niños los viven las cosas que pueden aprender y aplicar en diversas formas de Socialización. Con esto, llega a la conclusión de que el niño huye de los programas que le enseñan. Un ejemplo que toma del fracaso educativo desde los medios es el programa infantil Barrio Sésamo.

La aportación académica titulada “Relación entre la televisión y la manifestación de problemas conductuales en niños preescolares” presentada por Zárata y Sevillano García en el año 2007 realiza un análisis del uso de la televisión en niños de 4 a 5 años de edad y su relación con la conducta en Xalapa-México, esto con el fin de identificar problemas conductuales en los niños, los autores utilizaron un cuestionario para padres que hablaba sobre la televisión y la relación con los problemas de conducta de sus hijos. Llegan a la conclusión de que los problemas de conducta en los niños, se marcan por la influencia en el entorno familiar, el estrato socioeconómico y los programas que el niño ve.

Estas otras publicaciones en revistas pueden servir de consulta:

Pérez, Guillermo (2007) “Niños y televisión de la rutina a la actividad Aula de infantil”, Moreno, Aznar (2007) “Consumo de televisión y nivel socioeconómico en niños y adolescentes”. Pindado Julián (1997) “Escuela y televisión: claves de una relación Televisión y contextos sociales en la infancia: hábitos televisivos y juego infantil Magdalena Alberó (1996). Lo que los niños ven en la televisión José Ramón Pérez Ornia 2006. Estereotipos de género en los contenidos audiovisuales infantiles Eva Espinar Ruiz ,2007. Todas estas publicaciones hablan de cómo los niños se interaccionan con los contenidos televisivos, cómo sus interpretaciones cambian con la edad, el sexo y otras variables, cuáles son los intereses reales de los niños en el visionado televisivo etc.

### 3.4 Recapitulación de las investigaciones encontradas

Estos libros abordan el tema de la recepción desde el punto de vista social y comunicativo, la mayoría de las investigaciones utilizan las herramientas básicas para el análisis de la recepción es decir, analizan las imágenes y el discurso y la recepción con la metodología cualitativa. El punto más importante a destacar es que todas ellas hablan un poco acerca de la participación de la familia u otra institución en el proceso de recepción ya que generan una alteración en el recibimiento que tienen los niños de los mensajes. Y desde el punto de la Educomunicacional la mayoría de estos libros resaltan que los mensajes televisivos tienen participaciones cuestionables en la educación de los infantes por generar en ellos posturas o comportamientos.

Las investigaciones hablan de los efectos positivos en la cognición que tienen sobre los niños, también de las diversas posturas que toman los niños por los contenidos de materiales sexuales. Otros autores sostienen que se siguen incorporando pensamientos, actitudes, valores, creencias, desigualdades de sexos por medio de los mensajes televisivos

Resaltan que la audiencia no valora los programas que se construyen en el tono emocional académico; por el contrario, aprecia una comunicación con un tono de cariño, ánimo y energía ante los quehaceres y dificultades en la vida de hogar. Sostienen que el niño se interesa más por aquellas actividades que implican poco esfuerzo mental y en menos tiempo un ejemplo son los contenidos televisivos, esto inducen a tener comportamientos distintos a los que se dan en casa, algunos de estos niños muestran actitudes hiperactivas

La familia es responsable del producto que se selecciona para el consumo, de la edad de quien lo consume, de su personalidad y de su formación, así como del contexto en el que se consume. Algunas de las investigaciones señaladas con anterioridad también mencionan las diversas mediaciones que existen en el ámbito de la recepción infantil. Algunas otras concluyen con que la sociedad actual no tiene

la más mínima conciencia de los efectos nocivos que la televisión puede ocasionar en los niños y hasta los seis años no se comienza a distinguir lo real de lo imaginado.

Bajo los argumentos anteriores y el balance que se creó entre Tesis, libros, publicaciones académicas. Sostengo que gracias a dichas investigaciones logré un mejor acercamiento a los estudios, enfoques y técnicas que habían tocado el tema de la recepción infantil. Esto me permitió profundizar en algunos temas que miraban la recepción como un proceso complejo, más allá de solo mirar a la recepción infantil como un proceso unidimensional. La mayoría de las investigaciones me permitieron conocer las vertientes más significativas en torno a la recepción, mediación entre otras variables que podía encontrar a lo largo de la investigación así como las nuevas aportaciones que podía generar en el ámbito comunicacional.

#### Capítulo 4. Entendiendo al receptor

Durante muchos años se ha intentado profundizar sobre los efectos que tienen los medios de comunicación sobre el público, sin embargo las tendencias desde los años ochenta se inclinan a transformar el paradigma tradicional que se tiene de los estudios de audiencias, desde el enfoque positivista de la *aguja hipodérmica*, pasando por los estudios de *Usos y Gratificaciones* hasta convertirse en los estudios más críticos desde el enfoque crítico cultural desde los estudios culturales dejando ver al el público como un receptor y consumidor activo. En este sentido, los estudios de la recepción representan dentro del campo de la comunicación una inmensa puerta al conocimiento del auditorio, así como también una profunda constelación de problemáticas que por su misma complejidad dotan a la investigación de una riqueza empírica y teórica.

Como ya se ha expuesto en otros capítulos, los estudios de recepción están acompañados de un torbellino de preguntas y propuestas teóricas que hoy en día se siguen planteando. Atendiendo a esto, el presente capítulo logró reunir diversas propuestas que plantean los autores acerca de los estudios de recepción, estos a

su vez me permitieron comprender en un sentido más amplio la definición conceptual que se tiene así como que se encuentran su lugar dentro del proceso de recepción. Me basé en autores tradicionales como Stuart Hall hasta autores más contemporáneos de Estudios Culturales.

Sostengo que el estudio de la recepción debe de ir acompañado de los estudios culturales, ya que muchas de las investigaciones que he citado afirman que la recepción está estrechamente ligada a la cultura y que no es un proceso aislado de su entorno. El aporte principal que realizo en este estudio es articular puntos clave para la comprensión de la recepción de manera general con conceptos claves como: televidencia, mediación, la negociación de significados y consumo. Con autores como Stuart Hall y Raymon Wiliams, desde los Estudios Culturales, tomaré en cuenta autores como Néstor García Canclini, Martín Barbero y Guillermo Orozco, quienes trabajan en una perspectiva similar pero desde el contexto latinoamericano.

#### 4.1 Propuestas teóricas respecto a la recepción. Algunas ideas y teorías utilitaristas previas a las Teorías de la recepción

Los estudios de la comunicación ha pasado por diferentes paradigmas de investigación que, de acuerdo con Wolf (1987), podríamos encuadrar en los siguientes: la teoría hipodérmica, los estudios empíricos sobre el terreno o de los efectos limitados, la teoría funcionalista, la teoría crítica, la teoría culturoológica, la perspectiva de los «cultural studies», y las teorías comunicativas.

Una gran parte de la teorización y el estudio científico de la comunicación de masas ha girado alrededor de las audiencias y por supuesto en el impacto de los mensajes en ellas. Antes de seguir, es preciso dejar claro que las primeras reflexiones sobre la comunicación de masas surgen con el auge del enfoque funcionalista en la sociología norteamericana en los años cuarenta, después se dan los primeros estudios de los efectos, posteriormente de los estudios de los efectos indirectos, luego se dan los estudios de usos y gratificaciones en donde se ve al receptor como

un sujeto activo y por último se gestan los estudios de la recepción enmarcados desde los estudios culturales.

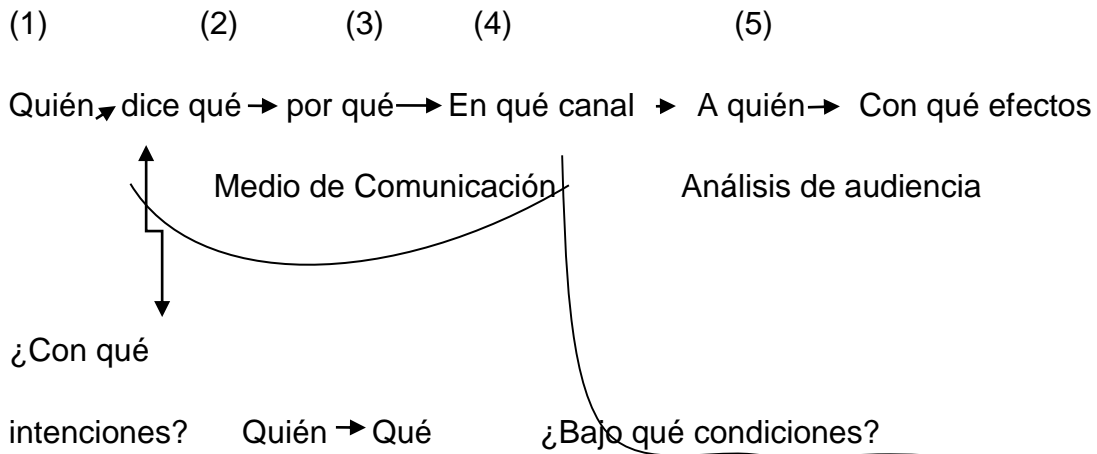
Una de las primeras teorías que aparecieron para la comprensión de las audiencias como lo hemos mencionado anteriormente fue la teoría de la aguja hipodérmica la cual se apoya en la psicología conductista, en ella se explica que los medios son contemplados como estímulos que provocan determinadas respuestas en los individuos.

### Ejemplo

#### ESTÍMULO- ORGANISMO- RESPUESTA

Desde esta perspectiva, se asume que los medios pueden tener una influencia directa sobre los sujetos que los observan, obviando diferentes elementos mediacionales intermedios. Esta teoría fue enunciada posteriormente por primera vez por Harold Lasswell.

Figura 1 La fórmula de Lasswell con las áreas respectivas de investigación sobre la comunicación (Lasswell, 1948: 84)



La superación de la teoría hipodérmica se fue transformando con la ayuda de algunos trabajos empíricos de tipo Psicológico- experimental y otros desde la

sociología que se apoyaron del enfoque funcionalista, mirando a las temáticas globales y de los mass media como un proceso sociológico general que contaba con una estructura funcional.

Tiempo después surge la teoría de los efectos limitados, en ésta ya no se trataba de analizar la manipulación de los medios sobre los individuos como la aguja hipodérmica, sino por el contrario se pretendía analizar el proceso de influencia que podía ser capaz de inferir en las decisiones de las masas desde un consumo comunicativo.

Desde esta perspectiva, se asume que los efectos de los medios ya no dependen tanto del medio en sí, sino también del individuo como ser aislado y de sus características psicológicas y culturales y de las formas específicas de concretar el diseño del medio, sino fundamentalmente de la estructura social en la que se desenvuelve el individuo.

Con el auge del funcionalismo en la sociedad norteamericana y a partir de los años cuarenta, se fueron desarrollando los estudios empíricos cualitativos, esto generó un vinculación fundamental entre la investigación científica con la investigación comercial.

Tomando como punto de partida la crítica de los estudios de los efectos de los medios de comunicación en los años setentas se utiliza la teoría de usos y gratificaciones. Comenzando por Lasswell en los años 40, por Wright en los 60 y por una serie de autores en los 70, dicha teoría ha acogido diversas tipologías sobre gratificaciones.

Las diversas tipologías que abordan el estudio de las audiencias se clasifican e incluyen comparaciones en su constitución. Para botón de muestra tenemos la tipología de Krestchmer en la que los individuos semejantes se obtienen por comparación con su respectivo somatotipo, las clases de colores se obtienen por aproximación de cualidades cromáticas semejantes (siendo la semejanza una relación transitiva). Otra tipo es la de la vigilancia del entorno, correlación,

transmisión cultural y entretenimiento planteada por (Lasswell y Wright), de diversión, relaciones personales, identidad personal y vigilancia del entorno propuesta por (McQuail, Blumler y Brown, 1972) la cual sostiene que; los individuos utilizan la comunicación de masas para comunicarse (a veces para desconectarse) -mediante relaciones instrumentales, afectivas o de integración- con (o a partir de) diferentes entidades sociales (uno mismo, la familia, los amigos, la nación, etc.) (Katz, Gurevitch y Haas, 1973).

En resumen, la teoría de *Usos y gratificaciones* nos ayuda a comprender las funciones del medio para el individuo, ya que se toma como punto de partida al consumidor de los medios más que los mensajes de estos, y explora su conducta comunicativa en función de su experiencia directa con los medios. Dicha línea de investigación contempla a los miembros del público como usuarios activos del contenido de los medios, más que como pasivamente influidos por ellos. Tales estudios se fundaron en las aportaciones de Lazarsfeld- Shanton y Herzog para el año 1938, intentando comprender la gratificación a partir de escuchar seriales radiofónicos.

En las últimas décadas se han realizado algunos esfuerzos notables para estudiar la recepción televisiva desde un punto más crítico, como la investigación mundial coordinada por Jensen (1998) desde la perspectiva de la “investigación crítica de las audiencias”. Estos cambios que han tenido los estudios de la recepción surge en los años ochenta tanto en Europa como en América latina con ayuda de los estudios culturales para la crítica de los estudios de recepción (Orozco, 2001)

Es desde esta perspectiva y hasta este momento que podemos enlazar los estudios de recepción con los estudios culturales.

## 4. 2 Los estudios de la recepción en el campo de los estudios culturales

Este proyecto se enmarca dentro del enfoque “Análisis de recepción”. Es importante resaltar que se pretende entender cuáles, cómo y de qué forma se desarrollan y apropian actitudes y comportamientos de la caricatura “Hora de Aventura”, esto en función de las múltiples mediaciones que puedan llegar a tener, ya sea desde el contexto de su propio seno familiar hasta otra institución mediadora como la escuela. El fin de introducir a los estudios culturales dentro de este estudio de recepción es delimitar los modos en los cuales los niños como audiencia interactúan con los mensajes televisivos y comprender el tipo de decodificación que manifiestan.

La noción de **audiencia**, en su sentido etimológico hace referencia a la “acción y efecto de oír”, captar la señal auditiva y por otro lado la noción de consumidor remite al modelo económico de producción, circulación y consumo de bienes materiales. En todos estos casos se menciona al sujeto elegido como productores metonímicos en el cual se nombra al sujeto.

El concepto de **audiencia infantil** se retoma fuertemente dentro de los estudios de recepción desde los estudios culturales. En este sentido, algunos autores sostienen que las audiencias infantiles entre otras tantas han superado la dicotomía en el campo académico de la investigación sobre el tema de las audiencias activas o pasivas. La definición de audiencia ha variado conforme al desarrollo los estudios multidisciplinarios, ejemplo de ello es la definición de Ang ( 1991: 44), el cual se refiere a un objeto cuyos atributos pueden ser descritos dentro de la investigación y se pueden dar a conocer por términos de preferencias, de usos, de efectos, de codificación y estrategias interpretativas.

En este sentido, entiendo que los estudios de la recepción son presentados como una parte de la comunicación, más no la más importante durante dicho proceso. Entre las variables que han tenido que enfrentar los estudios de la recepción, se han encontrado diferencias significativas entre el consumo y la apropiación entre los miembros del público por ejemplo: la edad, el género y el status social.

La aportación de Orozco en *Televisión y producción de significados* adquirió relevancia y propuso categorías que permiten no sólo rescatar el rol y papel de la audiencia frente a la televisión, sino también profundizar en el papel que ella juega como institución productora de contenidos simbólicos. A través de los tres ensayos que componen la obra, Orozco identifica tres momentos determinantes en el proceso de recepción televisiva que permiten y posibilitan estos procesos:

- 1) La construcción de los significados por parte de la institución televisiva: En este punto el autor no se refiere a la producción de cierta programación sino a la encodificación<sup>4</sup> particular de acuerdo a un código cultural específico (Orozco, 1987: 2).
- 2). Esto implica el análisis de las condiciones socio-históricas de la televisora y las directrices político-económicas que ésta asume como institución cultural en determinado periodo histórico.
- 3) La proposición de significados dentro de determinado producto cultural: Esto significa entender y estudiar la forma en cómo determinado contenido “invita a los receptores a verlo de acuerdo al significado preferente con el que fue encodificado” (...). La intención es desentrañar tanto el código signifiante como el conjunto de significados que conforman posiciones de lecturas específicas” (p.13).
- 4) Finalmente, la interacción entre los receptores y los significados propuestos por la televisión. Aquí se retomó como punto de partida a “la negociación” mediante la cual se aceptan o rechazan los mensajes televisivos<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> En esta obra, las propuestas teóricas de Guillermo Orozco están muy influidas por el modelo de Encoding/Decoding que ideó Stuart Hall (1980); en este modelo a grandes rasgos surge como una crítica al modelo lineal de comunicación (emisor-mensaje-receptor), pues a decir de Hall, la comunicación debía entenderse a partir del siguiente proceso: producción-circulación-distribución-consumo-reproducción, pues si ningún significado es adquirido, no puede existir el consumo y el efecto de determinados mensajes. Los significados, entonces, se obtienen mediante la encodificación de significados propuestos por los emisores y el proceso de decodificación que realizan las audiencias. Tiempo después Guillermo Orozco abandonaría estas premisas, para situarse más en la comunicación como un proceso donde múltiples mediaciones convergen (no sólo las emitidas por algún medio) para la significación y producción de los significados.

<sup>5</sup> Esta última etapa, posteriormente, se convertirá en el planteamiento de su “Teoría de las Mediaciones Múltiples”, teoría muy utilizada en Latinoamérica para entender los procesos de recepción de audiencias debido a su profundidad teórico-metodológica. Para saber más ver Orozco (2001).

Mediante la combinación de estos tres momentos se pudo comprender el proceso de producción de significados “como un todo integral”.

Es decir que a partir de estas bases, logré identificar qué proceso se adecuaba más a los niños y la recepción que manifestaban.

### 4.3 El modelo de Stuart Hall

El modelo que sustentó este trabajo fue el de Stuart Hall, se retomó este modelo ya que Hall es uno de los precursores de los estudios de la comunicación. Este modelo se ha retomado para examinar empíricamente de forma tradicional los grados de entendimiento y desentendimiento del intercambio comunicativo de los decodificadores (niños). Así mismo, Hall es uno de los primeros académicos en argumentar que el estudio de los medios de comunicación debía ser entendido desde un principio básico de la ideología dominante. Este modelo explica que la polisemia de los mensajes pueden propiciar lecturas (interpretaciones) dominantes o negociadas. También me ayudó a comprender las diferentes interpretaciones y decodificaciones que se tienen de la caricatura “Hora de Aventura”.

La decodificación se da por parte de las audiencias y se derivan tres formas: 1. Lectura dominante o hegemónica, 2. Lectura negociada, y 3. Lectura oposicional (Hall, 1980: 136)

La lectura dominante es aquella que interpreta el mensaje siguiendo el código de referencia en que fue encodificado es decir, el niño receptor capta y recibe el contenido asimilando los valores y las opiniones hegemónicas enciertas en el contenido. Por otra parte la lectura negociada (Hall, 1980:137) sostiene que “La lectura negociada es una mezcla de elementos adaptivos y oposicionales: por un lado, aceptan como legítimas las definiciones hegemónicas para las totalizaciones, mientras que por otro, más restringido, situacional, elabora sus propias reglas del juego, funciona con excepciones a la regla”.

Del mismo modo, Hall (1990) explica que existe una lectura negociada. Ésta está constituida por el receptor que logra darse cuenta de valores que prefiere de un contenido y estos valores se mezclan con los propios. A esto se le puede definir como la decodificación negociada es decir, la audiencia o receptor sólo decodificará lo que le parezca más interesante o que esté afín a sus intereses o posición.

Y por último la decodificación opuesta: que es cuando el destinatario rechaza el código en el cual el mensaje es enviado. Comprende la lectura preferida construida por el emisor, pero vuelve a definir el mensaje en un contexto alternativo. Los movimientos sociales ofrecen una ayuda especial para esta decodificación ya que decodifican el mensaje y muestran su inconformidad a través manifestaciones o marchas (McQuail 1994: 53-54, 101, 238)]. (McQuail 2000: 98).

Bajo este marco, Morley destaca que los mensajes televisivos son tratados y considerados como complejos y tienen una lectura establecida, la cual es preferente para ser entendida, sin embargo, implícitamente también contienen el potencial de tener distintos significados y por lo tanto comunican algo sumamente distinto. De este modo la lectura puede ser identificada por su estructura comunicativa y así todos los mensajes son codificados y llevados con un mensaje para la sociedad (1999:124).

Con lo ya mencionado, sostengo que es de suma importancia comprender el tipo de lectura que los niños reciben de la caricatura así se podrá establecer el vínculo que tienen con los diversos mensajes y de ese modo comprender mejor la recepción. Pero para comprender dichas lecturas es necesario definir el concepto de recepción.

Como describía Martín Barbero (2003), la no pasividad del receptor frente a los mensajes de los medios comunicación indica que existe una compleja relación que se establece entre el público y los mensajes, los cuales se transforman en mediaciones que se independizan de la fuente que los origina, y ya con un significado propio pasan a formar parte de las comunidades interpretativas.

Por otro lado, de acuerdo con David Morley que es uno de los primeros culturalistas en poner a prueba el modelo de Hall sostiene que es importante analizar la recepción desde lo grupal más que individual para rastrear las relaciones del receptor. Bajo este argumento, se intentó vincular el proceso de la recepción de los niños con las diversas mediaciones que puedan llegar a manifestar, esto con el fin de analizar el consumo cultural que tienen del medio.

De hecho, a partir de que el niño ha adquirido un mensaje televisivo, el receptor (niño receptor) entabla un vínculo con el medio que pasa de la selección de significantes a la articulación entre significantes y significados para llegar a la elección de los significados que considera válidos. En palabras de Toloza (1999), el niño es “un selector activo más que un receptor pasivo de lo que quiere ver, según cuanto satisfaga sus necesidades específicas, y atribuyendo sus propios significados a los contenidos entregados”

En otra aportación, Morley (1988:30) encontró que durante el proceso de recepción televisiva el sexo y la situación familiar son tan importantes como la clase social para entender cómo se llevan a cabo dentro de las relaciones de poder es decir, en términos de poder diferenciado por la edad del integrante de la familia que sea el receptor.

Sobre este tema sabemos que la recepción se concibe como un ejercicio básicamente de interlocución y permanente construcción de sentidos a través de los cuales es posible establecer una comprensión de las relaciones sociales. Esta comunicación es vista como una herramienta de poder que alinea los individuos de una sociedad, mediante los productos culturales generados por las distintas industrias culturales. (Navarro, 2008).

Por otro lado María Casares (2001), sostiene que para comprender la recepción es necesario analizarla desde una mirada social, pues la relación que se tiene de los medios con la sociedad es sin duda la manera más imprescindible de analizar los medios.

Por otro lado Corona (2001), sostiene que en lugar de hablar de la “recepción” sería mejor hablar de los *procesos de significación*, es decir, analizar la producción de discursos de distintos sujetos determinados socio históricamente en su interrelación con los discursos que reciben de múltiples fuentes, con ello se entiende a la recepción como un proceso de prácticas comunicativas.

La idea anterior me hizo comprender que más allá de analizar a la recepción como un proceso individual se debería de profundizar en la formas que se manifiesta la recepción de manera colectiva incluyendo con ello el contexto cultural en el que se desenvuelve, generando así una perspectiva mucho más amplia desde el mensaje, la significación que le dan y cómo es mediado por otros sujetos a partir de las prácticas comunicativas.

Enlazando la idea anterior, Young (1969) publica un artículo llamado *The televisión in the lives of urs parents*, en este artículo el autor denuncia varias publicaciones que abordan el tema de la recepción pero que no tomaban en cuenta a la familia. Dicho autor manifiesta su inconformidad y sostiene que la familia como cualquier otra institución forma parte fundamental dentro del proceso de la recepción.

Reforzando la idea anterior puedo concluir que para analizar la recepción, las distintas lecturas de los mensajes y las diferentes partes que conforman a este proceso comunicativo es necesario abordar también este proceso desde el concepto que han definido los culturalistas como **Mediación**.

#### 4.4 Entendiendo la recepción desde la cultura

Es necesario que definir qué es la recepción para comprender cómo es que los niños están recibiendo los mensajes desde su contexto cercano y cultural. Hemos oído hablar de la recepción televisiva desde el ámbito comunicacional como un proceso que se construye a partir de la idea tradicional E-M-R, la televisión funge como un elemento más de este proceso y reproduce mensajes que complementan este sistema.

De hecho, las aportaciones más representativas de la recepción están basadas en los aportes que han realizado investigadores como Hall desde 1972, Morley, Barbero y Orozco.

De manera simple podríamos decir que el receptor es quien recibe el mensaje, y a su vez cierra el proceso de la comunicación mediante la recepción codificando y decodificando el mensaje.

Investigadores tradicionales conceptualizan la *recepción* desde el enfoque funcionalista que ha utilizado durante años éste término para describir el proceso de comunicación humana, este enfoque tomó como modelo el proceso físico de transmisión de información telefónica para llamar metafóricamente al sujeto “receptor” y al proceso de lectura e interpretación como proceso decodificación de mensajes o de recepción.

Guillermo Orozco (1999), define la **recepción** televisiva como “un proceso en el cual tanto la TV como la cultura constituyen un conjunto de mediaciones que se ponen en juego en la interacción entre la TV y su audiencia”. Con esta postura el autor busca conceptualizar una serie de elementos que permitan abordar de manera más integrada el complejo juego de la mediación dentro de la recepción, esto permite agruparlo de tal manera que la recepción sea comprendida como un proceso en el cual la mediación juega un papel primordial. El proceso de la recepción se fundamenta y ayuda de los autores tradicionales que identifican al proceso de las recepción desde la decodificación de los mensajes en las audiencias. En este trabajo nos centraremos en este análisis que aborda la codificación y la decodificación, basándonos en tres premisas fundamentales, según Morley (1999)

- 1) La producción de un mensaje muy significativo en la televisión es muy problemático, ya que el mismo mensaje se puede codificar en más un sentido.
- 2) Los mensajes en la comunicación social son siempre de forma y estructura compleja. Contienen más de una lectura potencial. Unas lecturas pueden

sobreponerse o intercalarse, pero nunca se están demasiado cerca de una sola interpretación.

- 3) El hecho de otorgar significados a un mensaje es también una práctica problemática. Los mensajes se codifican de una manera sin embargo siempre se leen de una diferente.

Estas tres premisas nos hacen comprender que no por el simple hecho de tener un mensaje e interpretarlo un sujeto le da un sentido inmediato, si no por el contrario, no es lo mismo un proceso pasivo de recepción, a uno activo de decodificación de los mismos. Los códigos culturales de cada receptor se hacen presentes y se manifiestan inconscientemente en la interpretación que se le dé al mensaje.

Stuart Hall (2001), supone que un mensaje tiene distintas maneras de ser codificado y por lo tanto decodificado. Hall (2001), concibe al espectador como algo más que un receptor pasivo fijo, es decir, que no se conformará con sólo recibir y tomar la información, si no que mostrará un punto de vista sobre lo que ve o percibe y actuará sobre él. Con esto comprendemos que el autor también concibe a la televisión como una lucha cultural pues existe cierta negociación de significados entre lo que le agrada o no, en cierta medida compara los códigos que ven en dicho mensaje y los compara con los de su cultura, es aquí donde se genera una lucha cultural entre lo que el decodificador entiende como propio o lo reconoce como algo ajeno de su cultura pero lo negocia y apropia, esto por poner un ejemplo. Como bien sabemos, los procesos de codificación/ decodificación jamás son iguales pero sí están relacionados.

Como podemos darnos cuenta, el proceso de recepción va mucho más allá del simple hecho de sentarse a ver el televisor y recibir los mensajes que ahí se encuentran. De hecho Joan Ferrés (1997), habla de la televisión como una herramienta que se mueve en el ámbito emotivo del sujeto.

Desde el punto de vista sensorial, por lo que tiene de alimento los sentidos; desde el punto de vista mental, por lo que tiene de alimento la fantasía; desde el punto de vista estético, por lo que tiene de alimento la sensibilidad; y desde el punto de vista psíquico, por lo que tiene de catártico, de liberador (Ferrés, 1997: 49)

Por lo cual en niño receptor jamás estará alejado de estos impulsos que le dan los mensajes televisivos, siempre o casi siempre él retomará lo que mejor le convenga, determinando así sus prácticas diarias, alimentando su sensibilidad de cosas que a su parecer sean compatibles con sus fantasías.

Por otro lado Perlado y Sevillano (2003) argumentan que el niño frente al televisor está físicamente activo, y su actividad varía, desde comer, jugar con los objetos a su alcance, hacer la tarea, hablar con las personas que le rodean. Así mientras el niño atiende a la pantalla, está simultáneamente envuelto en varias acciones que demandan su atención y en múltiples procesos de comunicación que median dicho proceso.

#### 4.5 La teoría de las múltiples mediaciones

Los niños tienen diversas formas de comprender los mensajes que ven en la Televisión. Estas "formas" en las que interaccionan con los medios vienen condicionadas por diferentes variables externas a las características psicológicas individuales, como por ejemplo: los niños cuentan con experiencias previas que han tenido con los medios, su formación recibida para la interacción con ellos, el papel jugado por la familia y los medios utilizados en su formación escolar. Posiblemente muchos de los efectos perniciosos que se le suponen, sean consecuencia más directa de la existencia de un contexto específico social, cultural y familiar que de las distintas variables asociadas al propio sujeto. Traducido en otras palabras, estos procesos que acompañan a la recepción infantil son retomados por los culturalistas como **mediaciones**.

Orozco, por ejemplo afirma que la recepción infantil se encuentra **mediada**:

“Los niños y niñas “no están solos frente a la pantalla”. Se enfrentan a ella a partir de su formación en sus hogares y a partir de las visiones y cosmovisiones de sus familias y, por supuesto, por aquellas resultantes de su historicidad con la propia televisión. Su interlocución específica tiene por tanto mucho de “familiaridad” y de permisos y prohibiciones concretas, producto de valores y estrategias pedagógicas y a la vez mediáticas de sus padres y madres, aunque también conlleva mucho de oportunidad y contexto en el que conviven unos y otros” (Orozco, 2012: 2)

Por ello se utilizó también la teoría de la **mediación** para entender la recepción desde el entorno institucional. Originalmente, el concepto de la **mediación** se había relacionado con los medios masivos de información sobre todo en el polo de la emisión y se había referido a la manera en que los emisores y los medios percibían y luego transmitían el acontecer social a su público (Martín-Serrano 1989). Es hasta la década de los ochenta que la mediación se relaciona explícitamente a la cultura y los movimientos sociales (Martín Barbero, 1987).

A manera de introducción, el concepto de **Mediación** es abordado por el autor Jesús Martín Barbero en el año de 1987, utilizándolo ya desde el título de su libro *De los Medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Este autor sostiene que la mediación es ese lugar desde donde es posible comprender la interacción entre el espacio de la producción y de la recepción: lo que se produce en la televisión no responde únicamente a requerimientos del sistema industrial y a estratagemas comerciales sino también a cosas que intervienen de su mismo sistema cultural. Con base a esto, puedo afirmar que el proceso de la recepción infantil no se puede desligar de la industria, y mucho menos del contexto en el que se dé. De hecho me parece indispensable recalcar que el análisis de la recepción debe situarse en la cultura y desde allí pensar, integrar, cuestionar y reformularse nuevas preguntas.

Para comenzar a reformular nuevas preguntas respecto a la recepción infantil debemos analizar también el acompañamiento que tiene el receptor. Muchos

autores han tenido acercamientos conceptuales para definir este tema. De hecho, en el modelo de las **múltiples mediaciones** propuesto por Orozco (1994) y desarrollado en el Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas sociales (PROIICOM) de la Universidad Iberoamericana nos da detalle de la variación y categorización del concepto **mediación**. En este modelo el autor distingue cinco tipos de **mediaciones**:

- a) Individuales: provienen de nuestra individualidad como sujetos cognoscentes (...) son esquemas mentales desde los cuales las personas perciben, prestan atención, memorizan, etc.
- b) Institucionales: resultan de la interacción del individuo con instituciones como la familia, la escuela, la empresa, los vecinos, los amigos.
- c) Tecnológicas: la relación con los lenguajes, géneros, tanto massmediados como videotecnológicos.
- d) Situacionales: los contextos, espacios, modos en los que se da la recepción.
- e) De referencia: la edad, el género, la etnia, la raza o la clase social. (Orozco, 1994: 79)

Con ayuda de la conceptualización anterior se abordó y sustentó parte fundamental de la presente investigación, pues se pretendía reunir elementos que permitan analizar la recepción infantil como un conjunto de procesos que permean antes, durante y después de observar el mensaje. Así mismo fue necesario observar cuáles son las mediaciones con las que tienen más contacto los niños en el proceso de recepción, esto con el fin de comprender el posible potencial formativo que podrían estar ejerciendo las mediaciones en los niños. Nótese que se hace referencia a las múltiples mediaciones como: el acervo de conocimientos de la familia, junto con la acción socializadora que ella realiza; y las interacciones escolares que ofrecen a los niños una serie de momentos comunicativos y de convivencia. Es decir, que lo que pesa aquí son las múltiples mediaciones que acompañan y refuerzan los mensajes retomados de la recepción.

Como botón de muestra y desde una postura más crítica, se considera que el receptor nos es un ente pasivo *per se*, sino que la programación comercial busca que se enfrente o exponga pasivamente a la pantalla lo cual es muy distinto y por supuesto que consuma lo que se le da. Investigaciones como las del autor Salomon (1982), es decir, muchas de las investigaciones de la actualidad corroboran la no pasividad del niño frente al televisor, mismo autor sostiene que el niño receptor realiza la labor de mentalizar lo que ve en la pantalla y así procesa la información.

Es decir, si un niño que ve la caricatura “Hora de aventura” recibe de ella mensajes que codifica, negocia y apropia dependiendo de lo que más le agrada. Desde otra perspectiva, podemos decir que la recepción es “un acto social que sirve para negociar la definición de la realidad en el contexto de prácticas culturales y comunicativas más amplias.” (Jensen, 1993:168)

De hecho algunos autores fundamentales de la comunicación apuntan que los estudios culturales abordan el proceso de la recepción desde las audiencias, en cambio los estudios de recepción analizan este proceso como un productor de sentidos, cuestionándose qué hacen los receptores con los medios y cómo se produce sentido a las cosas a partir un sentido común de las cosas hasta apropiarse de algunos mensajes, siempre y cuando les parezca o encaje en su vida. Una manera de enfrentar el dilema de la recepción televisiva como lo señala (Orozco, 1996), en tanto formadora de audiencias (Fuenzalida, 1991), es el contexto en el cuál se lleva a cabo el proceso de la recepción; si se descubre este ámbito se podrían comprender los canales en los cuales se mueve la recepción infantil.

Con lo anterior puedo afirmar que la mediación se reduce a un “proceso estructurante” ya que construye y reconfigura las diversas interacciones de los niños como audiencia y del mismo modo transforma las diversas interacciones que tienen los receptores con las diferentes instituciones.

## 4.6 La familia y la escuela instituciones de mediadoras

Dentro del modelo de las múltiples mediaciones retomado por Orozco (1994) encontramos que tanto la escuela como la familia son instituciones que participan de manera indirecta o directa en la recepción.

La familia por su parte es uno de los agentes mediadores más determinantes en la relación del niño con la televisión, como señala Sunkel (2002: 6) la familia/hogar es el lugar clave de lectura, de resemantización y apropiación de la televisión, siendo las dinámicas familiares las que estructuran las modalidades del consumo televisivo. La familia se revela como una pieza clave para entender las interacciones entre sus miembros y la televisión; es ella la que cierra, interpreta, critica, refuerza, complementa, contractúa, refracta y transforma las influencias de la televisión (Leichter, Ahmed, Barrios, Bryce, Larsen, y Moe, 1985).

Reconociendo la importancia de estas dos instituciones, se propone explorar la adquisición de hábitos de exposición y el consumo los medios. Pues tal y como lo hemos planteado en líneas anteriores, la presencia de los contenidos televisivos ha tomado un rumbo primordial dentro del entorno familiar, no es de extrañarse que algunos autores afirmen que la familia es el espacio idóneo para la interacción directa con los medios (Ferres, 1994).

En efecto el papel mediador de la familia nos acerca al conocimiento de la recepción, sin embargo tanto la familia como la escuela son instituciones en las cuales los niños forman comunidades interpretativas. Guillermo Orozco sostiene que las instituciones pueden ser llamadas comunidades interpretativas: “Una comunidad de interpretación es entiendo básicamente como un conjunto de sujetos sociales unidos por un ámbito de significación del cual emerge una significación espacial para su actuación” (Orozco, 1996)

De ahí que se tome como partida la mediación familiar para la comprensión de la recepción infantil o de cualquier otro tipo. En particular en el presente trabajo se pretende hacer uso del análisis de la mediación para entender dicho proceso.

Según Orozco (1991), la mediación está presente y es parte de la memoria colectiva que, como afirma Martín-Barbero (1987b: 176), no es operativa ni acumulativa, pero funciona como un elemento decisorio de la experiencia cultural, dado que está cargada de significados.

Dicho lo anterior, veamos cuáles son los distintos tipos de mediación familiar en las que el niño puede estar expuesto y desde dónde puede ser analizada.

Nigro (2008: 61) destaca 4 tipos de familias con respecto a su papel mediador dentro de la recepción infantil:

- Familias Permisivas: este tipo de familia, no se preocupa por lo que ven los niños en TV, y otorgan un gran valor a la televisión, como de “Niñera o cuidador de sus hijos”
- Familias controladoras del tiempo de exposición a la televisión: para esta familia la preocupación es la cantidad de exposición de sus niños a la TV, la cantidad de horas frente al televisor. Este tipo de familias limita el tiempo en que los niños interactúan con la televisión, más no el contenido de lo que observan en ella.
- Familias mediadoras activas. Estas son el tipo de familia que se preocupa por los contenidos de los programas de televisión, dialogando con sus hijos sobre lo que ven en la TV. Además, se preocupan por lo que ven o prefieren los menores, para favorecer la acción de discernir sobre el contenido de los mensajes percibidos de manera analítica. Los padres dedican tiempo activo y afectivo y ven televisión con los hijos y, si no lo hacen, comentan con ellos los programas que éstos observan.
- Familias represivas. Estas familias tienen bastante controlada la recepción de la televisión, prohibiendo que el niño vea determinada programación o prohíben completamente ver televisión.

Cuando la recepción infantil se encuentra poco mediada por la familia este proceso puede llegar a generar gran confusión en la mente del niño, construyendo en él ideas erróneas del mundo, pues el niño no puede verificar con un adulto si es verdad o mentira lo que está recibiendo de las caricaturas. Se puede pensar que algunos niños al ver TV no logran diferenciar entre la ficción y la realidad, “los niños al sentarse a ver los contenidos de las caricaturas los observan y quedan totalmente atrapados en lo que ven” Iriarte (2006:11). Cabe aclarar que aunque los niños pueden quedar encantados y atrapados por lo que observan, no son receptáculos vacíos si no por el contrario, son sujetos que están en constante crecimiento y están mediados por diversos factores. En realidad el mediático tiene que ser “leído” a través de las percepciones de su audiencia, que construye sentidos y placeres (que nunca son estables o predecibles) de los textos mediáticos ofrecidos.

Anclando la idea anterior, puedo afirmar que si observamos la recepción desde sus múltiples mediaciones podremos tener mayor conocimiento de la interrelación que se genera entre los niños y la caricatura “Hora de Aventura” enlazando lo cotidiano con las prácticas culturales. Sobre todo si se trata del entorno familiar.

De una u otra manera esto nos ayuda a llegar a un análisis mucho más profundo y nos da un panorama más amplio de la relación de los niños no sólo con el mensaje si no también el proceso de apropiación. A partir de esto lograré establecer un marco desde el cual los informantes puedan hablar a partir de sus emociones, por ejemplo de gusto o de rechazo. Y, como individuos receptivos y activos, según Orozco (2006) los receptores efectúan la apropiación de los discursos mediáticos, permitiéndoles desarrollar su capacidad de asociación. A menudo, para descubrir cómo ellos y ellas han negociado nuevos significados.

Cuando un niño descubre los objetos de acción, reacción, despierta a un universo habitual y a un universo ficticio complejo suministrado por la información visual, por esto el proceso de personalidad se altera, su desarrollo psíquico se efectúa en condiciones que no corresponde a las etapas que vive. (Fuenzalida, 2005).

Las diversas instituciones en las que se plantea realizar la presente investigación fungirán un elemento imprescindible para este análisis. Para iniciar con la investigación comenzaré retomando a la escuela como parte fundamental para el análisis de las comunidades interpretativas infantiles ya que, como es bien sabido durante siglos la escuela ha sido una institución portadora y reforzadora de valores e intereses culturales en la sociedad, como lo determina Echazarreta (2006). Dicho lo anterior, puedo afirmar que la escuela cumple un rol socializador entre los infantes, por consecuente parte de este proceso comunicativo se convierte en una comunidad interpretativo en la cual se puede hablar de las caricaturas y los mensaje que se han visto en la televisión.

Debe subrayarse que la recepción del niño convierte de cierta manera a la televisión y sus mensajes en un tema escolar que genera interacción entre los niños y sus maestros, quienes tienen capacidad para mediar entre ellos y la televisión, así como para proporcionarles elementos que les permitan una recepción crítica de sus mensajes, lo cual, si es bien comprendido y utilizado genera importantes beneficios para los menores. (Castro, 2007: 5)

Para hondar en la recepción desde las diversas instituciones que las median es necesario también retomar a la escuela como parte fundamental del proceso receptivo. Ya que la televisión y los mensajes que ahí se encuentran contribuyen en algunas ocasiones a la socialización del niño.

Según Perlado y Sevillano (2003)

La televisión es un medio que ejerce una fuerte atracción en la mente del niño. Aprende de todos los tipos de programas, tanto de los infantiles como de aquellos que están dirigidos al telespectador adulto. De la televisión el niño aprende información, conceptos, actitudes, conductas, valores y significados, y muchas veces aprende más de que lo que no se busca que aprenda, que de aquello que se le quiere enseñar (2003: 169)

Por lo tanto la familia como las escuelas es el tipo de lugar donde las enseñanzas colectivas valen mucho para los niños y se refuerza con los diferentes grupos en

donde se identifica. Ello repercute en una consumición de medios de manera menos crítica y sumisos ante la información presentadas (Orozco y Charles, 1992). Así, la experiencia que puede llegar a tener los niños puede llegar a manifestarse en actitudes y conductas que aprende y manifiestan.

De hecho, Morduchowicz (2001) demuestra que todos los medios son educativos, en la medida en que influyen sobre lo que los niños aprenden y sobre la manera en que aprenden. Es decir, sobre sus saberes y sobre su relación con el saber; sobre el proceso donde se mezclan razón y emoción, información y representación. Los medios de comunicación enseñan contenidos y comportamientos en sus transmisiones.

En resumen, las **múltiples mediaciones** transforman considerablemente el proceso de recepción infantil, por ello sería un error tratar de entender dicho proceso sin apoyo de este modelo, pues si bien la recepción infantil en algunas ocasiones llega a darse de manera solitaria es imponte retomar la participación de las múltiples mediaciones para conocer cómo estos mensajes son enfrentados en la vida real por los niños y qué factores influyen para el entendimiento del mensaje.

Otra categoría que me permitió comprender más la recepción desde una postura crítica es el concepto de **televidencia** desarrollado por Orozco, (2001) el cual lo define como “interacción específica de los sujetos con el referente televisivo...televidencia es percibir, sentir, gustar, pensar, comprar, evaluar, guardar, imaginar e interactuar con la televisión, son actividades paralelas o simultaneas de un largo y complicado proceso mediático-comunicacional” (Orozco, 2001:39).

Este proceso no ocurre cuando alguien se sienta a ver el televisor, si no por el contrario llega hasta la dinámica de la vida. Hablar de la **televidencia** implica reconocer todas las gamas de percepciones, negociaciones y operaciones que llevan a cabo los televidentes; esto no está como un receptor pasivo. Pensar la **televidencia** como proceso toma en cuenta la dinámica de la interacción, concibe al televidente como sujeto que va constantemente construyendo sentido. En este

caso los niños pueden tener una propia competencia de gustos y en este punto ya evalúan y además disfrutan de los contenidos.

Otro concepto clave que utilicé para el análisis de la recepción es el consumo cultural. Muchas de las propuestas teóricas de los estudios de la recepción apuntan que el consumo cultural va de la mano con la apropiación. Sería interesante entonces comprender que el proceso de recepción infantil y el consumo cultural de los contenidos televisivos están estrechamente a la recepción.

El **consumo** puede entenderse de dos maneras, el simbólico y el material. En palabras de Sunkel podemos decir que “el consumo se define como el conjunto de procesos *socioculturales* en que se realizan la apropiación y los usos de productos” (2006: 80). Por otro lado García Canclini (1995: 42-42) señala que la funcionalidad de las cosas nos permite comprender que el consumo simbólico es un ciclo de producción y se transforma en consumo material debido a los gustos y antojos. Esto se puede ver claramente en el consumo de artículos que los niños compran con los personajes de las caricaturas impresos en ellos.

El consumo que da en los infantes al momento de apropiarse de los contenidos televisivos, convirtiéndose en un consumo cultural que hace sentir pertenecientes a los niños a un grupo social. Esto genera también tener ciertas especulaciones respecto a lo que se quiera y lo que realmente se necesita. Pues como bien sabemos el consumo cultura llega a formar parte de una necesidad que no precisamente es real, este consumo llega a los niños como parte del proceso de la recepción, decodificación, mediación y apropiación.

Por ejemplo, López de la Roche (2000) sostiene que los niños y niñas son más que simples espectadores frente a los medios de comunicación ya que en realidad considera que son actores sociales. Sujetos de derechos y consumidores activos de los mensajes mediáticos. (López, 2000)

Con esto podemos entender que en el momento que se da la recepción también están en juego las posibles maneras de consumo y apropiación de los contenidos

de la caricatura “Hora de Aventura” apropiándose de algunos comportamientos y actitudes de manera frecuente en su entorno cotidiano.

García Canclini (1995: 43) señala que el consumo se ve reflejado cuando se selecciona algún objeto y se apropia de él, esto genera un valor sobre el objeto y lo hace más disfrutable por ser diferente. En este sentido el consumo de algún producto genera en el infante un deseo de obtención de hecho Sunkel (2006: 67) sostiene que los actos de consumo pueden tomarse como hechos culturales.

En este sentido esta categoría del consumo la podemos aplicar al momento de ver que los niños consumen los mensajes y los representan en su forma de vestir y de utilizar objetos que tienen que ver con las caricaturas.

Kucharky (2009) aclara, que es inútil enfrentar a la televisión con la escuela, esencialmente porque la escuela apunta a la razón, al pensamiento abstracto, y la imagen a las emociones. La televisión es vista sólo a pasar el rato, a no pensar, o para sentirse acompañados: niños y jóvenes van a saber qué es la vida, a buscar modelos y entender las ambivalencias del género humano.

Desde hace tiempo distintas líneas de investigación en educación para los medios ya que se necesita que los niños estén preparados para ver a los medios de comunicación desde una postura más crítica, preparándose también para “leer y producir significados. En una generación de infantes que se están convirtiendo en “proconsumidores”.

Castro Caicedo (2007) plantea:

Los niños piensan que lo que ven en la TV es real, lo toman como modelo y tienden a imitarlo. El niño desde los 8 primeros meses de nacido elabora fantasías que le sirven para irse adentrando en la realidad, los padres y la familia le confirman al niño lo que imagina, razón por la cual lo que ve en TV influye en él. Para esto los padres deben indicarle la realidad [...] Así como la familia poco a poco va formando una realidad, las imágenes y los héroes de la “pantalla chica” se van convirtiendo en una realidad, la cual hay que “romper” haciéndoles comprender que son de ficción (Castro, 2007: 14)

La interpretación dada por un niño respecto a lo que ve y dependiendo de la codificación y decodificación que éste le dé puede apropiarse del mensaje para convertirlo en su realidad. Esto lo podemos ver cuando los niños en la escuela utilizan movimientos que utilizan sus personajes favoritos de las caricaturas.

El proceso de interpretación es una negociación entre lo que viene del 'texto' de la TV y lo que viene de su propio 'contexto', es decir, de su identidad personal, de su concepto de sí mismo, de sus prioridades, de su cultura, de su experiencia, de sus conocimientos, de sus estrategias de procesamiento, de sus estrategias sociales o domésticas, de sus estrategias de conflicto y solidaridad (esto es, eventualmente de poder) (White, 1994: 16).

#### 4.7 Recapitulación

En resumen, para el análisis de la recepción es preciso retomar conceptos claves que permitan entender este proceso como un conjunto de engranes que permiten hacer funcionar un mensaje a través de la codificación y decodificación. Pasando por las diversas mediaciones y posteriormente negociando los diversos mensajes, retomando de cada uno de ellos lo que más les agrade. Así mismo el proceso de recepción también está acompañado de las múltiples mediaciones, las cuales forman un criterio distinto en los niños de los mensajes que eligen como propios, al momento de llegar a la escuela los niños buscan seguir negociando los mensajes apropiados y mediados desde las diversas comunidades interpretativas. De hecho desde se logró hacer un acercamiento a la construcción de su propio actuar, mostrando actitudes y comportamientos, algunos de ellos resultado de todo este complejo universo comunicativo.

## Capítulo. 5 Metodología

Dentro de este capítulo, se va a especificar la metodología que va a ser empleada para obtener la información que se necesita para la elaboración de la presente tesis. Se especificarán los elementos necesarios para poder llevar a cabo el análisis de las metodologías elegidas. El método mixto de investigación permite comprender el proceso comunicativo de una manera compleja, esto no quiere decir que una metodología sea mejor que otra, sin embargo; debido a las circunstancias y características de esta investigación me fue permitido utilizar ambos métodos para reunir los datos necesarios.

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2002) podemos resumir que los pasos para la metodología son el identificar el planteamiento del problema, el objetivo general y específicos, el tipo de investigación, el diseño de investigación, selección de muestra, recolección de datos, análisis de datos y presentación de reporte de investigación. Bajo este argumento a continuación se presenta la estructura, método, técnicas, sujetos de la presente investigación.

### 5.1 Definición del método

El estudio de la recepción de los medios masivos de información y en particular de la televisión ha sido investigado desde diversas tradiciones de investigación con distintos énfasis en sus aproximaciones teórico-metodológicas.

En realidad el estudio de cualquier hipótesis o teoría de las ciencias sociales nos obliga a elegir una metodología que nos permita recopilar e interpretar los datos a fin de comprobarlas y explicarlas. Desde este punto de vista, comprendo que los fenómenos que involucran el entendimiento y el análisis de los sujetos son complejos, holísticos y polifacéticos.

De hecho el método científico ha sido utilizado desde sus inicios para cuestionar la realidad. Beltrán (1985) plantea que las ciencias sociales se diferencian de las propias ciencias físico- naturales debido a la peculiaridad de su objeto.

Se trata, en efecto, de un objeto en el que está incluido, lo quiera o no, el propio estudioso, con todo lo que ello implica; y de un objeto, podríamos decir, subjetivo, en el sentido de que posee subjetividad y reflexividad propias, volición y libertad... sabiendo que además que quien mide, comprende, describe o explica lo hace, lo sepa o no, le guste o no, desde posiciones que no tienen nada de neutras (Beltrán, 1985: 8).

En realidad para llevar a cabo cualquier actividad ordinaria o elaborada es necesario pensar, para tomar una decisión o para desarrollar una teoría como lo hacen los científicos, por ello las fronteras entre el pensamiento cotidiano y el científico se encuentran en su profundidad y niveles de abstracción (Bunge: 1959). Se piensa que la metodología está conformada por procedimientos para la construcción de una evidencia empírica. Se apoya de los paradigmas y la función de toda investigación es discutir los problemas de las sociedades. Savater (1975) comparaba a los metodólogos con las abuelitas que al salir de casa no dejan de darte la vara para ir bien arropados, “no vaya a ser que uno se resfríe”, casi ninguna investigación puede ser realizada sin una metodología que la respalde.

## 5.2 El método mixto de investigación

Desde el punto de vista histórico, los estudios de recepción se caracterizan por la confluencia entre las dos grandes tradiciones, ya que utilizan tanto las metodologías cuantitativas como las cualitativas. El británico David Morley lo sostiene y menciona explícitamente: “creo que un solo método no puede reclamar el monopolio de la virtud y, además, que la sola elección del método no puede garantizar o echar a perder un determinado estudio” (1996: 31).

No obstante, la investigación cualitativa sirve para enriquecer la cuantitativa, ya que “puede ayudar a interpretar, iluminar, ilustrar y cualificar las relaciones determinadas estadísticamente” Walker (1988)

La combinación de los instrumentos de recolección de información posibilita complementariedad. En los primeros momentos de la investigación la recolección de datos puede darse de una manera mixta, buscando identificar cuáles serán los datos más fuertes y necesarios para el estudio. En los procesos de investigación donde los datos que consolidan algunos aspectos son cuantitativos, suelen ser de mucha utilidad las estrategias cualitativas en la fase exploratoria y de construcción del problema, mientras que en aquellas los datos fuertes son interpretativos, las estadísticas permiten algunos niveles de contrastación y validación importantes (Galeano: 2004).

La decisión metodológica estuvo determinada por el carácter de la investigación: un estudio de la recepción que tiene por objeto entender los procesos que viven las audiencias en su relación con el medio (Callejo, 2001: 120). Es la decisión más adecuada si lo que pretendemos entender es el comportamiento, opiniones y comprender los procesos que conducen a distintos tipos de mediación a partir de la recepción, representación y valoración que los niños sostengan sobre el propio medio dando lugar a distintos contextos de recepción televisiva infantil.

Por ello la presente investigación estará compuesta de tres fases primordiales que permitirán comprender la recepción desde el consumo televisivo. Con ayuda de la metodología cuantitativa se pretende medir las horas de exposición que le dedican los niños a ver la caricatura “Hora de Aventura”, cuántos días a la semana, conocer con cuántos aparatos cuenta el niño para ver la caricatura, etc. También se analizará la mediación institucional. A partir de los resultados de este estudio de consumo televisivo, en la segunda fase, desde la una perspectiva cualitativa buscaremos conocer la apropiación de dicho referente mediático.

Para comprender este nivel de comunicación implícita o latente, tenemos que ir más allá de la observación sencilla que dicta el sentido común. Y aquí nos encontramos

con una serie de preguntas sobre la metodología: el camino para construir un método de análisis que nos permita entender esos niveles más complejos de la comunicación. Antes de continuar me gustaría retomar el surgimiento de ambas metodologías y cómo se enlazan con los estudios de la recepción.

### 5.3 La metodología Cualitativa

El quehacer de los científicos sociales por entender el papel que juegan los medios en la vida cotidiana desde la metodología cualitativa tiene sus inicios y una rica historia basada en la sociología norteamericana. El empleo de la metodología cualitativa surge en la Escuela de Chicago para los años de 1910 y 1940.

Se entiende por método cualitativo aquel que se inclina por estudiar un determinado fenómeno social que resulta relevante para el investigador desde el punto de vista simbólico de dicho fenómeno, es decir, pretende captar el significado de las cosas (procesos, comportamientos, actos, etc.). Es aquel que prefiere obtener la información a través de la observación a profundidad o la entrevista, más que por la recolección de datos expresados en números. El método cualitativo utiliza un lenguaje conceptual y metafórico y el procedimiento que emplea para ello es más inductivo que deductivo (Olabuenaga, 1998: 23).

En palabras de Taylor y Bogdan “La frase metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (1987: 4). Esto quiere decir que el investigador aparta sus propias perspectivas de lo observable para dar cabida a lo que el sujeto analizado entiende del mundo.

Se plantea también que el método cualitativo es subjetivo, frente al cuantitativo que es objetivo. Pero cabe analizar lo siguiente; lo subjetivo puede ser lo influido por el juicio humano. Desde este punto de vista, tanto la investigación cualitativa como la

cuantitativa son subjetivas. Esto se aprecia porque en un estudio sobre bases cuantitativas, por ejemplo, la selección de las variables o de una muestra tiene grandes influencias subjetivas.

Según Bruner (1990), la acusación de que lo que la gente dice no es necesariamente lleva consigo una curiosa implicación: que lo que la gente hace es más importante, más “real” que lo que dice; o que esto último sólo es importante por lo que pueda revelarnos sobre lo primero. A menudo se olvida que el universo de la palabra es el de la subjetividad.

Por otro lado, cuando se refiere a la medición de emociones, sentimientos, ente otros, se puede apreciar que varias técnicas psicométricas y sociométricas, que pertenecen a la investigación cualitativa, se ocupan de medir por métodos cuantitativos emociones, sentimientos y actitudes.

Los métodos cualitativos parten de un acontecimiento real acerca del cual se quieren construir conceptos. Para ello se observan los hechos y se describe la realidad en la cual se busca involucrar. La meta es reunir y ordenar las observaciones en algo comprensible, configurar un concepto acerca del fenómeno que se quiere conocer (Galeano: 2004). Es decir, con ayuda de esta metodología se pretende para comprender desde sus propias palabras lo que piensan los niños y desde su conducta lo que apropian. Cabe resaltar que para analizar los estudios de recepción se tiene que mirar también el contexto en dónde se desarrolla, esto permitirá ver los distintos planos de la vida del niño desde la cultura y cómo se articulan en las prácticas rutinarias regidas por normas, entre las que se encuentra ver la televisión. Es aquí donde retomaré y analizaré las *múltiples mediaciones* a través de la *televidencia*.

La metodología cualitativa también me permitirá observar cómo se relaciona la audiencia con el medio y cómo *decodifica* el mensaje, profundizando en la *apropiación* que lleguen a manifestar a través de su actuar. Para enriquecer la presente investigación complementaré el método cualitativo con la metodología cuantitativa.

## 5.4 La metodología Cuantitativa

A manera de introducción puedo decir que la metodología cuantitativa es aquella en la que se recogen y analizan datos y variables cuantificables las cuales permiten determinar la fuerza de asociación o correlación a través de una muestra de cierto sector de la población.

La metodología cuantitativa concibe el objeto de estudio como externo en un intento de lograr la máxima objetividad. Su concepción de la realidad coincide con la perspectiva positivista. Albade (2010) sostiene que es una investigación normativa, cuyo objetivo está en conseguir leyes generales relativas al grupo. Es una investigación nomotética. Son ejemplos los métodos experimentales, correlaciones, encuestas, etc.

Entonces, se entiende por métodos cuantitativos a los diseños experimentales y cuasi experimentales, la investigación por encuesta, los cuestionarios estandarizados, los registros estructurados de observación, las técnicas estadísticas de análisis de datos, entre otros. (<http://departamento.enfe.ua.es/> en línea). En general los métodos cuantitativos son muy potentes en términos de validez externa ya que con una muestra representativa de un total, hacen inferencia a este con una seguridad y precisión definida. Domínguez (2009) sostiene que dentro de la investigación cuantitativa se pueden observar:

- Los diseños experimentales, donde se aplican experimentos puros, entendiendo la validación interna de alguna situación experimental.
- La encuesta social, que es la investigación más asediada y de mayor uso, consiste en aplicar una serie de técnicas específicas con el objeto de recoger, procesar y analizar características que se dan en personas de un grupo determinado.
- Los datos secundarios, los cuales, a diferencia de los dos anteriores, abordan análisis con utilización de datos ya existentes.

Analizando el planteamiento anterior, se puede entender que ambos métodos recabaron una mirada distinta de los mismos sujetos. Aunque hay que agregar que ni uno ni otro método es mejor que el otro si no por el contrario, gracias a la obtención y recolección de ambos fue como se pudo analizar a los sujetos con mucho más profundidad.

Para comprender las necesidades que tiene una *audiencia* es preciso entender cuánto tiempo pasa esa audiencia con el medio. Y para comprender las razones por las cuáles prefieren ver un programa u otro es necesario comprender cuál es la variable que representa esa elección. Además, en un análisis de este tipo se deben tener los datos cuantificables para reforzar la investigación y resulta muy importante que dicha información a presentar sea confiable y corroborable.

Lo antes expuesto nos reafirma la idea de que ambos métodos fueron necesarios para reunir la información que complementa la recepción infantil desde un panorama mucho más amplio. Cabe recordar que esta última metodología se utilizó para entrevistar a los padres de familia y a algunos maestros de la escuela primaria.

El objetivo de este estudio es, describir cuáles son los comportamientos y actitudes que los niños muestran desde la recepción, esto apoyado de la mediación familiar y escolar del consumo caricaturesco de los niños. En esta tesis se pretendió obtener una descripción de los estilos de mediación familiar del consumo de la caricatura “Hora de Aventura” a partir de datos empíricos procedentes de una encuesta.

## 5.5 Definición de técnicas de la investigación

En este apartado se retomarán las técnicas que fueron utilizadas para analizar la recepción infantil de los niños de la escuela primaria.

La presente investigación estuvo comprendida por tres fases primordiales. En la primera se dio conocer el acercamiento que tienen los niños con el medio

caricaturesco a través de una entrevista que será aplicada a un grupo de niños. Un segundo momento fue la participación de los padres de familia de los niños que manifiesten mayor contacto con los contenidos caricaturescos (Hora de Aventura), por último se realizarán sesiones Psicodramáticas en las cuales se pretende observar la apropiación de dicho referente mediático.

En resumen, para explorar el consumo televisivo utilice la técnica de la entrevista, la cual se inscribe en la perspectiva cuantitativa. Cuando obtuve los resultados de la encuesta guie la investigación a el método cualitativo y desde el Psicodrama el reuní los elementos precisos para conocer la apropiación que hacen los niños de los referentes televisivos.

## 5.6 La encuesta y el cuestionario

Como se ha señalado, la técnica cuantitativa más habitual en la recolección de datos es la encuesta. Esta técnica, mediante la utilización de un cuestionario estructurado o semiestructurado o conjunto de preguntas, permite obtener la información sobre una población a partir de una muestra. Mediante la encuesta se obtienen datos de interés sociológico interrogando a los miembros de un colectivo o de una población. Como características fundamentales de una encuesta, Sierra Bravo (2005) destaca:

- La encuesta es una observación no directa de los hechos sino por medio de lo que manifiestan los interesados.
- Es un método preparado para la investigación.
- Permite una aplicación masiva que mediante un sistema de muestreo pueda extenderse a una nación entera.
- Hace posible que la investigación social llegue a los aspectos subjetivos de los miembros de la sociedad.

Por otro lado, el cuestionario permite conocer las variables de un sujeto determinado, permite recabar información precisa y permite la fácil. En cuanto al

número de preguntas de un cuestionario, deberá de tener todas las necesarias pero, “ni una menos ni más. [...Es] recomendable hacer solamente las preguntas necesarias para obtener la información deseada (Muñoz, 2003).

El tipo de cuestionario que se puede elaborar es uno que contenga preguntas cerradas y en algunas ocasiones puede contemplar preguntas abiertas, esto para profundizar más en un tema en particular. Cabe recordar que las preguntas cerradas contienen alternativas de respuesta previamente delimitadas. Quien responde se circunscribe a las posibilidades de respuesta. Pueden ser dicotómicas (dos alternativas para seleccionar una). En este último caso quien responde el cuestionario, debe establecer escalas de respuesta o asignar un puntaje a una o diversas cuestiones.

Para obtener una tipología de los estilos de consumo de la caricatura “Hora de Aventura” en la población infantil de la escuela primaria se ha seguido una estrategia de análisis que supone la comprensión de la mediación y control sobre los contenidos de las caricaturas desde la recepción. En primer lugar se aplicó y respondió las preguntas contenidas en la encuesta, cuya temática tienen que ver con los objetivos de esta investigación. En segundo lugar se dio a conocer la mediación y en tercer lugar se analizó la apropiación desde el Psicodrama.

## 5.7 El psicodrama

Los estudios de la recepción infantil que he logrado recabar a lo largo de la presente investigación señalan que la etnografía es una de las herramientas que más utilizan para entender las audiencias. Estudios recientes realizados por Cornejo (1992) afirman que el estudio de las audiencias infantiles pueden ser analizados desde una nueva mirada, permitiéndole al investigador fusionar varias disciplinas para la comprensión de la recepción. Se mezcla la psicología, la sociología, la antropología con los estudios de la comunicación desde la recepción, esto con el fin de entender desde la dramatización de los niños las prácticas sociales y comunicativas. Desde

esta perspectiva, el Psicodrama me permitió reconstruir y recrear el proceso de la recepción a través de diversos escenarios y actores sociales.

Dentro del ámbito académico, desde hace algunos años se cuestiona la reiterada manera de estudiar las audiencias infantiles, pues como es bien sabido, se ha utilizado la etnografía para analizar a las audiencias, sin embargo el análisis social pretende indagar sobre las emociones de los niños de manera más natural.

Geertz (1991) ha analizado el drama desde la sociedad, analizando los dramas que se originan en los distintos niveles de la sociedad. Así como también ha logrado comprender las situaciones en las que se da, y sostiene que regularmente estas situaciones son de conflicto.

De esta manera retomé el análisis Psicodramático para acercarme en medida del drama a desentrañar el mundo de lo subjetivo- afectivo que se mueven detrás del proceso de la recepción desde los diferentes escenarios, actores, tramas, personajes. Con las aportaciones de Cornejo (1992) puedo sostener que la técnica más apropiada e innovadora para entender la recepción de los niños es el Psicodrama. Ya que se pretende descifrar diversos códigos que nos ayuden a comprender la apropiación de la caricatura.

Para entender la técnica Psicodramática me gustaría comenzar por recordar que el psicodrama fue el resultado de un largo proceso, muy relacionado con la vida y la búsqueda personal de su creador el médico-psiquiatra rumano-vienés Jacob Levy Moreno (1889-1974). El cuestionamiento básico de Moreno se dirigió hacia una sociedad que tiende a reprimir en lugar de estimular la espontaneidad y la creatividad, una sociedad que privilegia el producto en detrimento del acto creativo, y una sociedad que limita a cada ser humano en lugar de ser el espacio que le permita desarrollarse. Retomando la idea anterior, sostengo que la manera más pertinente de conocer la recepción infantil es a través de sesiones Psicodramáticas permitiendo que los niños se expresen de manera natural estimulando la espontaneidad de los informantes.

Esto se dio a partir de la observación que realizó Moreno en los jardines de los parques de Viena, en los cuales Moreno observó los juegos infantiles y llegó a la conclusión de que muchas de las tramas que los niños utilizaban para juegos provenían de los roles tradicionales de la vida. A partir de estas observaciones Moreno comenzó a utilizar los roles de juego para sus análisis infantiles, los cuales detallaban muchos de los pensamientos que los niños tenían respecto a su familia.

El psicodrama es una modalidad educativa práctica; es además una forma de promover, encauzar y propiciar el crecimiento personal. Finalmente, es un método terapéutico aplicable a niños, jóvenes y adultos.

El psicodrama es una forma de psicoterapia inspirada en el teatro de la improvisación y concebida por Moreno como grupal o «psicoterapia profunda de grupo». Para él, “el psicodrama representa el punto decisivo en el apartamiento del tratamiento del individuo aislado hacia el tratamiento del individuo en grupos, del tratamiento del individuo con métodos verbales hacia el tratamiento con métodos de acción” (Moreno, 1946: 10)

En el psicodrama no hay interpretaciones, confrontaciones verbales, consejo ni moralización. La dinámica y fuerza terapéutica viene de la actuación misma en que participan espontáneamente y al unísono el cuerpo, los sentimientos, las emociones, la imaginación, la memoria y la búsqueda intelectual de la mejor solución a la situación conflictiva.

Por ello, se propuso en la presente investigación analizar un grupo de niños y observar las tres fases de una actuación Psicodramática que según Moreno nos dan pauta para la comprensión de la recepción infantil, las etapas son: calentamiento, acción y participación. En el calentamiento, por su espontaneidad para lograr la integración y cohesión del grupo. En la actuación, fungiendo como egos auxiliares y dobles. En la participación, dando apoyo al protagonista al exponer sus situaciones dolorosas o satisfactorias similares a las expuestas por el protagonista. Moreno llama a esta última fase la verdadera terapia de grupo, ya que en ella se realiza la catarsis del grupo y se complementa la del protagonista.

Por medio de estas etapas se pretendió observar el actuar de los niños de manera natural y con toda la espontaneidad, sin forzar la información recabada en la recepción.

Moreno distingue cuatro clases de espontaneidad<sup>6</sup>:

- La primera es aquella que reactiva las conservas culturales y los estereotipos sociales y da una cualidad dramática a la acción; es la espontaneidad que da novedad y vivacidad a los sentimientos, a las acciones y a las palabras, aunque no sean algo nuevo ni original. A ésta la llama dramática y la considera el cosmético de la psique.
- La segunda forma de espontaneidad es la que crea algo nuevo rompiendo los moldes de las conservas culturales y engendrando nuevas formas de expresión, nuevas ideas y sentimientos. El que tiene esa espontaneidad creadora se esfuerza continuamente por vivir experiencias nuevas dentro de sí mismo y cambiar el mundo que le rodea dándole nuevos modos de sentir, pensar y obrar.
- La tercera forma de espontaneidad la llama Moreno la de originalidad. No es una producción completamente nueva como en la segunda clase, no sólo la expresión más viva y dramática de una forma antigua. Esta tercera clase se basa en una conserva cultural, pero añadiéndole rasgos nuevos que expresan la situación actual del sujeto. Esta clase de espontaneidad la ve Moreno en los dibujos de los niños y en las poesías de los adolescentes, cuando no son sólo repeticiones de lo aprendido.
- La cuarta forma de espontaneidad la ve Moreno en las respuestas adecuadas a situaciones nuevas. Es la adaptación plástica de las habilidades propias, la movilidad y flexibilidad de la persona que se adapta rápidamente al medio y estímulos que lo rodean.

---

<sup>6</sup> Moreno es citado por: José Agustín Ramírez. Psicodrama. Teoría y práctica. México, Ed. Diana, 1988, p.27

Con lo ya mencionado es preciso retomar el proceso de dramatización desde sus elementos más básicos con ello se dejará en claro desde dónde se mirará la recepción infantil desde el Psicodrama. Este proceso de dramatización se divide en dos según Cornejo (1992)

1. El caldeamiento. Parte de la preparación de la sesión Psicodramática, en la cual se elige un tema y a través de la estimulación de la espontaneidad se establece un acuerdo emocional entre los actores, el tema y el grupo en general
2. La dramatización. Comprende el conjunto de técnicas empleadas para armar las escenas, localizar las mismas y localizar al protagonista y los auxiliares, jugando con los roles desde los sujetos y los lugares.

Con lo ya mencionado puedo sostener que el análisis del Psicodrama aplicado a la recepción fue mucho más completo y mucho más espontáneo. Igual como lo han hecho desde el campo de la comunicación, la sociología o la psicología. De hecho en el campo de la educación y con la inquietud de vincular el quehacer de instituciones socializantes como la familia y la escuela con el de la televisión comercial ante el proceso de aprendizaje de los niños se encuentran autores como (Orozco, 1988). Continúan también los trabajos del mencionado Programa Institucional de Investigación y Prácticas Sociales de la Universidad Iberoamericana (Cornejo, 1994; Orozco, 1991; 1992; 1994). Estos esfuerzos perfilan buena parte del conocimiento que se tiene actualmente en torno a las audiencias infantiles en relación con sus escuelas y familias, y además han contribuido a la elaboración de metodologías para "evidenciar"/"televidenciar" la influencia de los medios encontrada en sus investigaciones para orientar a los sujetos hacia una recepción crítica, selectiva y más inteligente (Charles y Orozco, 1990; García, 1999; Orozco, 2001).

De hecho, Cornejo (1992) había utilizado ya con anterioridad el psicodrama para analizar la recepción familiar. Sosteniendo que durante la dramatización puede ocurrir la inversión de roles. Esta inversión "se da cuando en una sesión el sujeto A

y el sujeto B, cambian de papel, de lugar y situación. El sujeto A se convierte en B, mientras que B se convierte en A. En la inversión de roles no se trata de fingir, sino se debe encarnar al otro con sus sentimientos, sus actitudes físicas, su manera de ser; ésta debe ser una realidad tanto para el protagonista como para el grupo” (Cornejo, 1992: 4).

Para la selección de informantes fue preciso tomar como referente los resultados de la encuesta, de este modo se supo cuántos niños son en su mayoría los que ven la caricatura “Hora de aventura”. Sin embargo, desde un principio se había planeado tomar como referente a niños con edad de 6 a 10 años de edad ya que sabemos que es la edad justa en dónde el niño comienza a reconocer su entorno, a identificarse y apropiarse de él.

De hecho, las preferencias de la evolución psicológica según Moral Pérez (1992) indican que los niños desde los 6 años a los 9 años aproximadamente “pasan por el ciclo maravilloso. El niño entra en un mundo de seres fantásticos...” y a partir de los de los 9 años, ciclo que bautiza como fantástico realista”, se inicia una etapa clara de socialización, y el niño se interesa mucho por el mundo exterior, mostrando preferencias por las historias verídicas”

Esta afirmación nos ayuda a justificar el por qué seleccionamos a niños de esta edad, entonces serán elegidos tres grupos para el estudio. Es decir, primer grado, segundo grado y tercer grado de primaria.

Los segundos informantes que fueron tomados como referente para el análisis fueron algunos padres de familia. La selección de los padres de familia que se eligieron para el análisis fue el resultado de los resultados obtenidos en la muestra cuantitativa.

La mayoría de los padres fueron convocados con anticipación por el propio director de la escuela, con el fin de ser partícipes del presente estudio. Algunos padres se negaron a estar presentes. Los padres que se presentaron respondieron de manera atenta a cada pregunta y dieron sus opiniones.

## **Instrumento para el análisis del Psicodrama**

### **El Escenario**

La representación requiere de un espacio dramático, el lugar de la acción. En ese espacio designado a tal efecto, el protagonista, con la ayuda del director, recrea el lugar imaginario de la escena que va a representar.

Una clara definición de la ubicación y los límites del escenario, sumada a una buena descripción, objetivación con elementos representativos y una esmerada preparación hasta logra la reproducción y la vivencia más completa posible del espacio y el momento a representar, son de gran importancia para un eficaz desarrollo del psicodrama.

### **Los protagonistas**

Los protagonistas cuyos problemas va a analizarse en el psicodrama. Sin protagonistas no hay psicodrama.

### **El Director**

El director es el encargado de orientar la acción y aplicar los principios y las técnicas apropiadas para facilitar el logro de los objetivos del psicodrama, así como cuidar y evitar daños al protagonista y a los otros integrantes del grupo. Es la función específica del psicoterapeuta y está destinada al logro de los objetivos psicoterapéuticos.

### **Los Auxiliares o "Yo Auxiliares"**

Esta función es desempeñada quienes actúan representando a las otras personas que participan en el acontecimiento dramatizado. Su tarea es ayudar al protagonista a desarrollar la escena. Además, como colaboradores para el éxito del proceso, son también auxiliares del psicoterapeuta, cuyas indicaciones deben respetar.

### **El Público**

El público es esencial en toda representación teatral y también se considera importante en el psicodrama. En este último caso el público está formado por los integrantes del grupo y no son pasivos, sino que participan emotivamente en la escena, empáticamente, aprendiendo y, luego, compartiendo con el protagonista sus propias experiencias.

De todas maneras, en algunos casos, como en las terapias individuales o las de pareja, no hay observadores reales afuera del escenario, lo cual no impide la realización de un eficaz psicodrama.

## 5.8 Diseño de la Estrategia metodológica

Los lugares donde se desarrollaron las diversas etapas de la investigación fueron el patio de la escuela primaria y los salones de clases. Para las sesiones Psicodramática fue en la escuela primaria “Fray Martín de Valencia”, en conciso se utilizaron los espacios habituales en donde se dan los juegos cotidianos de los niños incluyendo parte del patio de la escuela. Basé la elección de los informantes en el criterio del consumo caricaturesco que los niños manifiesten y el reconocimiento que tengan de las caricaturas.

### **Unidad de Análisis**

La unidad de análisis estuvo Integrada por 60 estudiantes de la escuela “Fray Martín de Valencia”, de los cuales 30 fueron niñas y 30 fueron niños de entre 6 a 10 años de edad. De los tres primeros grupos de la escuela primaria, es decir, primer grado, segundo y tercero. Todos los miembros de este estudio son alumnos regulares de esta escuela primaria. Todos los participantes asisten a la escuela en esta delegación más no todos son originarios de esta delegación. Al seleccionar la franja de edad para los niños del estudio, se distinguió gran medida y con qué diferencia los niños reconocen y apropian la realidad de la ficción.

El estudio se aplicó en Enero del año 2014 y se aplicó con un tiempo estimado de 10 meses, sin embargo hubieron inconvenientes a la hora de la realización y acercamiento hacia los estudiantes. Las dinámicas de recolección de datos los dividí en 7 sesiones. Las cuales estuvieron desarrolladas de la siguiente manera.

Actividades Realizadas
Primer Prueba piloto
Aplicación de prueba piloto
Aplicación de muestra cuantitativa, primera sesión
Aplicación de muestra cuantitativa, segunda sesión
Aplicación de muestra con Padres de Familia
Sesiones Psicodramáticas. Dos por sesión
Sesiones Psicodramáticas. Dos por sesión

Durante las primeras dos sesiones se aplicó la encuesta a los niños y niñas para conocer las horas de exposición que tiene con el medio televisivo y la caricatura en particular “Hora de Aventura”. En las dos sesiones siguientes se aplicó el cuestionario a los padres de los niños que manifiesten más horas de exposición a las caricaturas y reconozcan más la caricatura “Hora de Aventura”, como no existen leyes universales que determinen la forma de interactuar entre padres e hijos y no pretendemos formularlas, me apoyé del primer cuestionario con la finalidad de entender cuáles son los padres que median la recepción y cuál es su forma de mediar o no entre sus hijos.

En las dos siguientes sesiones se planeó un breve cuestionario a algunos de los maestros de la escuela primaria. Esto con el fin de conocer las múltiples mediaciones de la recepción infantil. Y en el transcurso de las últimas cuatro

sesiones se destinaron para el análisis del Psicodrama con algunos niños que participaron en la primera encuesta.

Los grupos se conformaron de la siguiente manera:

Escuela Primaria

Primer grado.

Participantes: 10 niños Participantes: 10 niñas de entre 6 y 10 años.

Lugar: Salón de clases Lugar: Salón de clases.

Fuente: Investigación de campo.

El número de participantes que se eligió para la realización de los grupos.

Fecha:

Del 2014

Segundo grado.

Participantes: 10 niños Participantes: 10 niñas de entre 6 y 10 años.

Lugar: Salón de clases Lugar: Salón de clases.

Fuente: Investigación de campo.

Fecha: 2014

Tercer grado.

Participantes: 10 niños Participantes: 10 niñas de entre 6 y 10 años.

Lugar: Salón de clases Lugar: Salón de clases.

Fuente: Investigación de campo.

El número de participantes que se eligió para la realización de los grupos.

## Capítulo 6. Descripción y Análisis de resultados

Antes de continuar con el análisis de los datos, cabe reseñar la distribución del total de los 30 niños y niñas que compusieron la muestra teniendo en cuenta las variables que se utilizaron en el estudio.

Así mismo es necesario aclarar que el orden de las preguntas se adecuó para facilitar la comprensión de los participantes, ya que en la prueba piloto pude observar y comprender que las preguntas socioeconómicas con las que comenzaba no eran de total interés en los participantes, sin embargo si comenzaba por indagar acerca de la recepción caricaturesca, los niños y niñas se sentían más cómodos al momento de responder.

El orden de las preguntas está creado con el propósito de conocer y cuantificar las horas, días y preferencias televisivas, así como también entender los datos de la compañía al momento de la recepción.

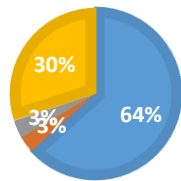
Dicho instrumento está comprendido de cinco puntos clave que permitieron comprender los datos más esenciales de la recepción infantil.

### ***Lugares en los que se da la recepción***    **Preferencia de recepción**

<i>Datos de las preferencias caricaturesca</i>	Preferencia desde las caricaturas favoritas
<i>Datos del consumo caricaturesco</i>	Frecuencia del uso de las caricaturas
<i>Datos de la compañía</i>	Control de los padres
<i>Nivel Socioeconómico</i>	Sector al que pertenece la muestra de informantes.



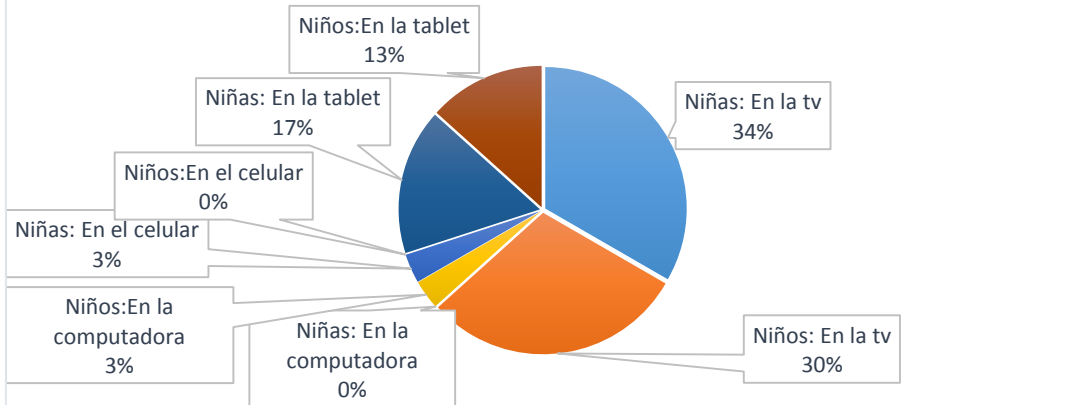
### PREGUNTA 1: ¿DÓNDE VES LOS PROGRAMAS QUE TE GUSTAN MAS?



- En la tv
- En la computadora
- En el celular
- En la tablet

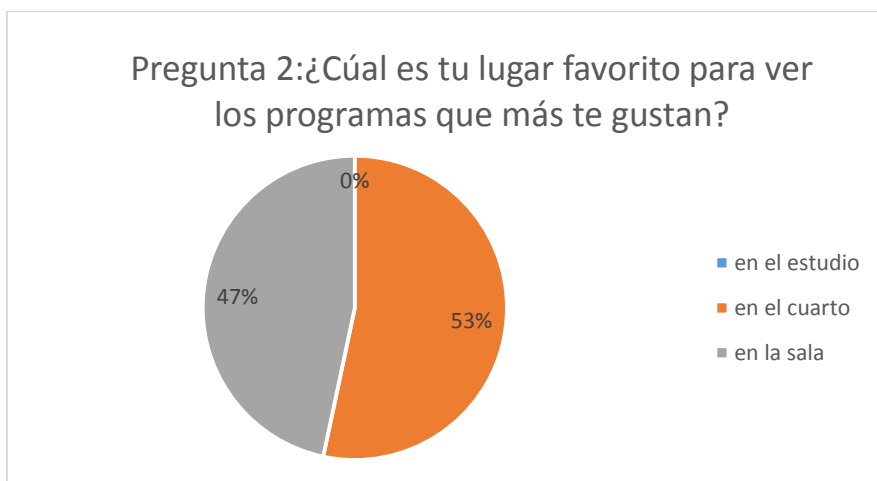
Muy a pesar de que la tecnología es hoy en día muy utilizada por los niños para informarse del mundo. La tabla anterior deja ver que los niños siguen prefiriendo ver las caricaturas en un clásico (Tv), rebasando así a la Tablet con (64%). Este número también nos refleja que poco más de la mitad de los niños siguen considerando a la Tv como la primera opción para ver las caricaturas.

### PREGUNTA 1: PORCENTAJE EN RESPUESTAS DE NIÑOS Y NIÑAS

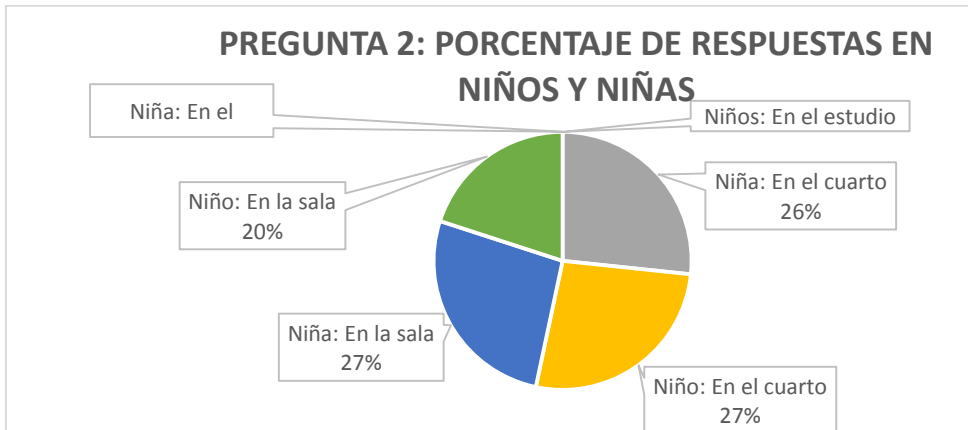


Por otra parte, se observa que del (64%) general, un (34%) de niñas respondió que tv era el lugar donde le gustaba ver más los programas, frente a un casi parejo (30%) de los niños. Los resultados obtenidos de la segunda respuesta más frecuente nos muestra con un (17%) que las niñas utilizan más las tablet para ver

las caricaturas y que los niños están por debajo del gusto por este aparato con un (13%), mientras que para ambos sexos el celular ocupa un (3%), se observa también que la computadora es el artefacto con menor gusto por los niños bajando al (0%).

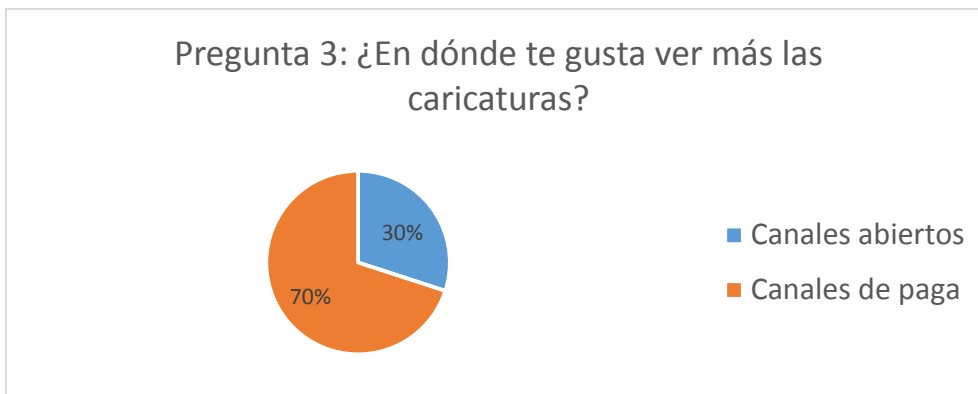


En lo que respecta al lugar en donde los niños prefieren ver sus programas favoritos, la mitad de los informantes (53%) mencionaron que el cuarto es uno de los lugares en donde prefieren ver las caricaturas. Y casi un (47%) mencionó que es la sala el lugar favorito. Este (53%) puede representar también a los niños y niñas que cuentan con televisión en su habitación. Esto supone que el otro (47%) que son entre niños y niñas quizá no cuenten con una TV en el cuarto. Esto refleja que los niños prefieren tener un espacio propio para poder mirar las caricaturas y que en otras ocasiones la sala es un buen espacio para realizar dicha práctica.



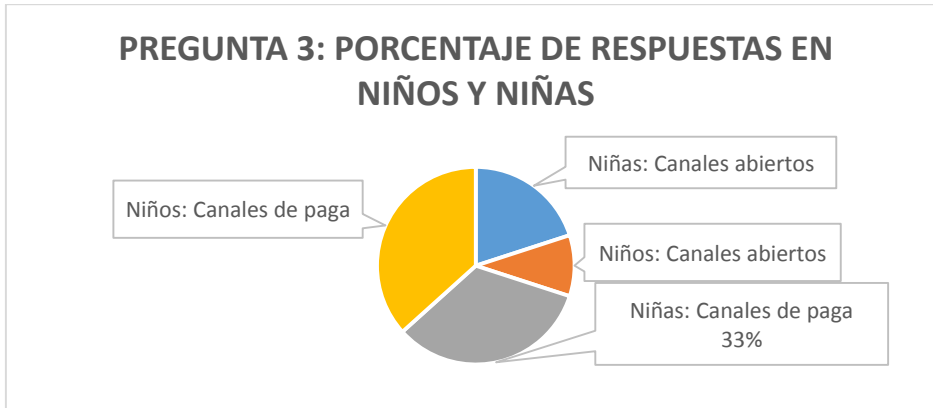
En cuanto al (53%) total de los niños y niñas que contestaron que el cuarto es su lugar favorito, sólo el (27%) de este resultado pertenece a las niñas y un (26%) a los niños, el segundo lugar lo ocupa la sala con un (27%) determinado por las niñas, mientras que sólo él (20%) de los niños muestra gustarle la sala. Por tanto, puedo comprender que son los niños los que rebasan por poco a las niñas para definir un espacio preferido para ver las caricaturas y que si el espacio es en solitario es mucho mejor.

El sentido del espacio para los niños se ve reflejado con un (27%) que prefieren en el cuarto frente sólo (20%) en la sala. Por el contrario las niñas con un (27%) prefieren estar en la sala que en el cuarto. Y un (0%) que refleja que a nadie le gusta el estudio.

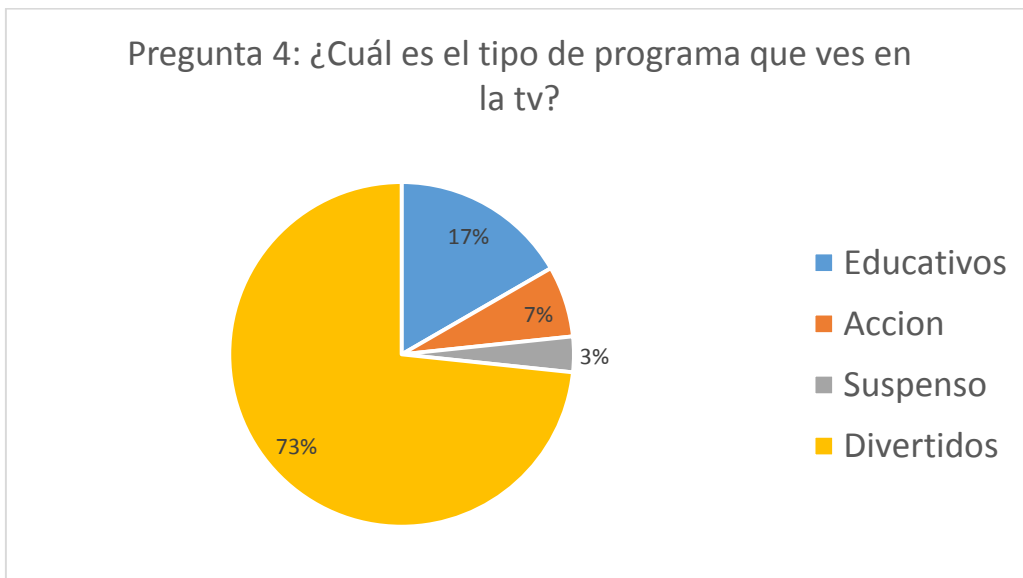


En tanto (70%) de los participantes prefieren los contenidos en los canales de Tv por cable, únicamente el (30%) de ellos prefiere la Tv con canales nacionales. Debido a que la oferta es mucho mayor en los canales por cable la mayoría de los niños prefiere ver esa oferta que la poca oferta que tiene la programación nacional.

Y rebasa por mucho la preferencia infantil de los canales por cable que nacionales.

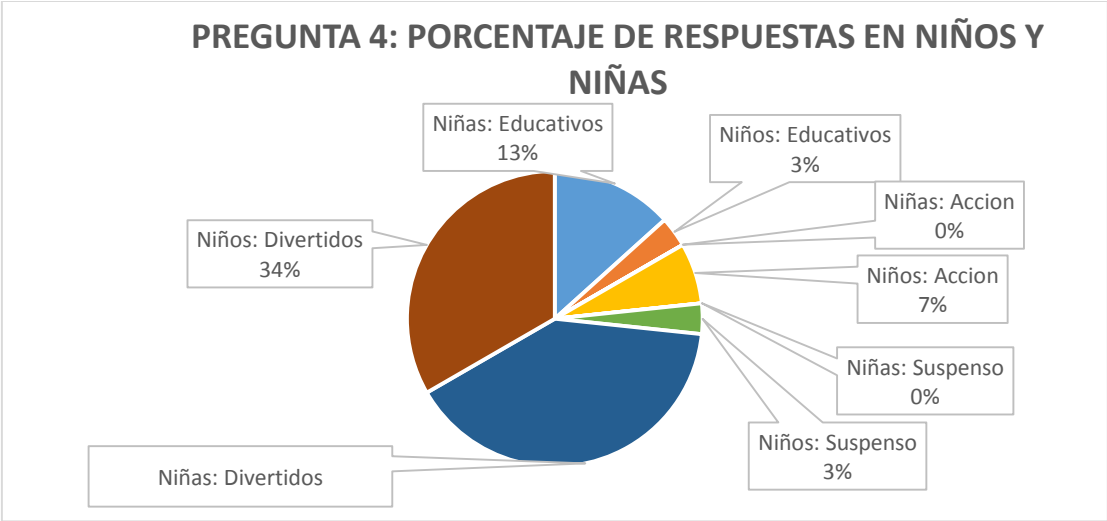


Por otro lado, los niños son los que mayor contacto tienen con los canales de televisión de paga reflejándose en un (37%) frente a un (33%) de niñas que ven dicha cadena. Sin embargo el número se duplica con un (20%) de las niñas que prefieren los canales en la sintonía nacional y sólo el (10%) de los niños prefiere la programación de la sintonía nacional. Esto es traducido a un público muy selectivo en la programación que prefiere y donde existe más oferta, por tanto mucho más entretenimiento.



Además de incluir en la gráfica distintos tipos de géneros que tocan la caricaturas de la actualidad. En la totalidad del porcentaje, la categoría más votada por los

niños y niñas coinciden con los que se establecen en el gráfico anterior, que representa un porcentaje muy elevado (73%) para los contenidos Divertidos que buscan, encuentran y atraen a los niños. Quedando así en segundo lugar con un (17%) los programas que son educativos y manifestándose con un (7%) los programas de acción y la última posición la ocupan con un (3%) los programas de suspenso. Es la mayoría de los informantes buscan diversión antes de educación.



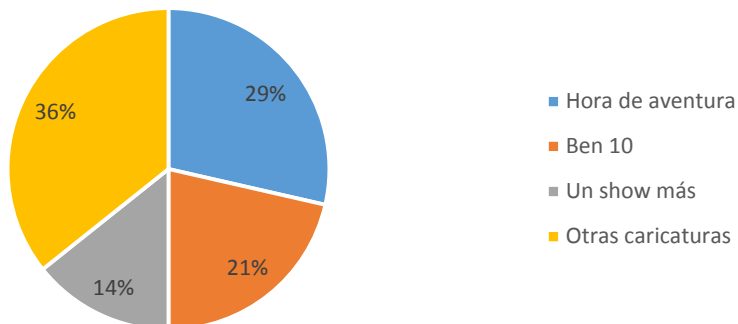
En este desglose, claramente podemos comprender que el (40%) de las niñas prefiere los programas divertidos y sólo el (34%) de los niños refuerza esta idea. Por otra parte las niñas rebasan por mucho (13%) a los niños que prefieren los temas educativos con tan sólo (3%). Sin embargo los niños prefieren los contenidos que tengan acción con un (7%) que los educativos y las niñas no gustan de los programas de acción (0%) ni de suspenso (0%).

Pregunta 5: ¿Cuál es la caricatura que te gusta más?, Respuesta de niñas



En esta tabla podemos comprender que la mayoría de las niñas señalaron que el chavo del ocho es una de sus caricaturas favoritas, sin embargo es preciso señalar que debido a la gran oferta que tienen los niños, llega un punto en el que prefieren cualquier otra caricatura.

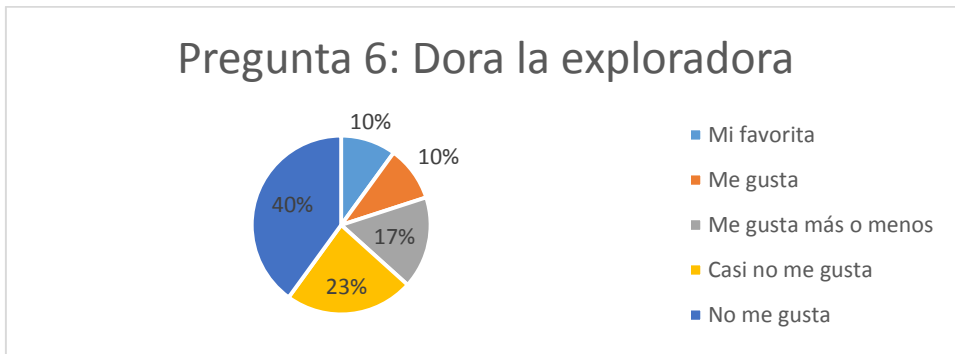
Pregunta 5: ¿Cuál es la caricatura que te gusta más?, Respuesta de niños



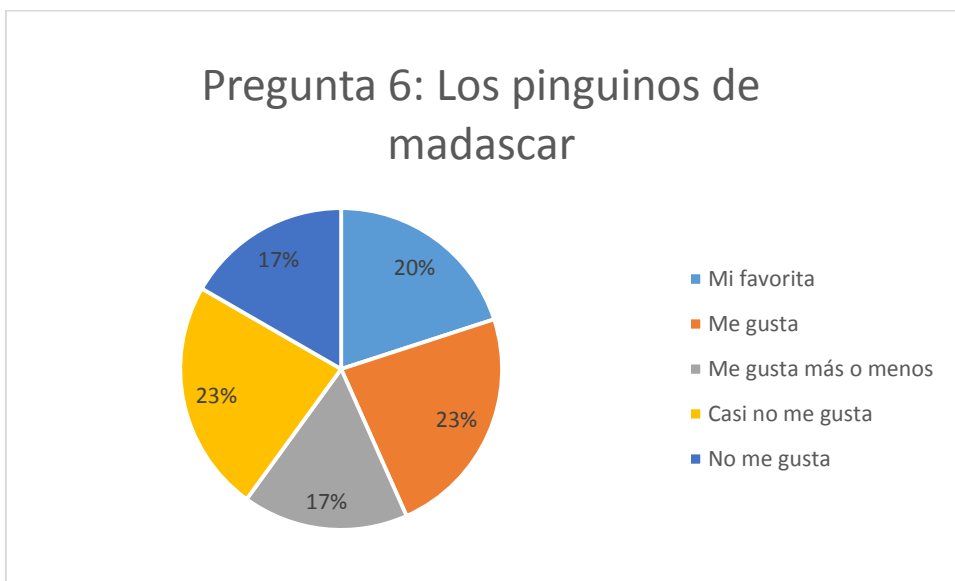
Y los niños en el caso de los niños, la mayoría de ellos prefiere cualquier caricatura diferente, el porcentaje más alto que encontramos fue (29%) esta caricatura es “Hora de Aventura”.

La pregunta número seis revelaba cuál era la caricatura favorita de los informantes, en las siguientes tablas se puede observar el resultado de cada opción que se les dio a los niños, las cinco primeras tablas pertenecen a la oferta que otorgan los

canales de Tv abierta (canal 5 y 7) y las cinco tablas siguientes son el resultado de las caricaturas de la televisión por cable (Cartoon Network)

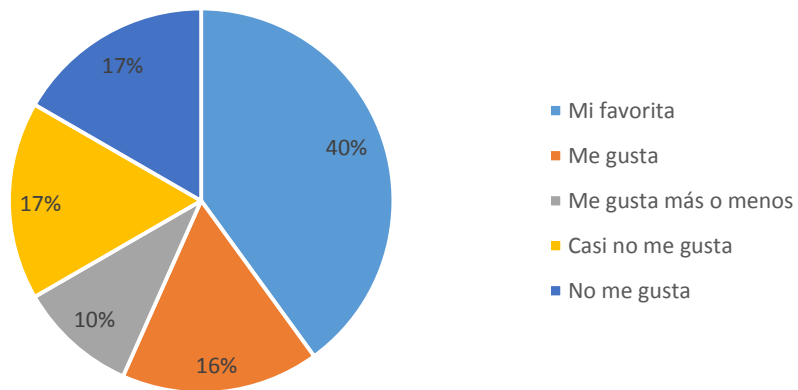


Esta caricatura es de las que casi no les gustan a los niños y niñas.



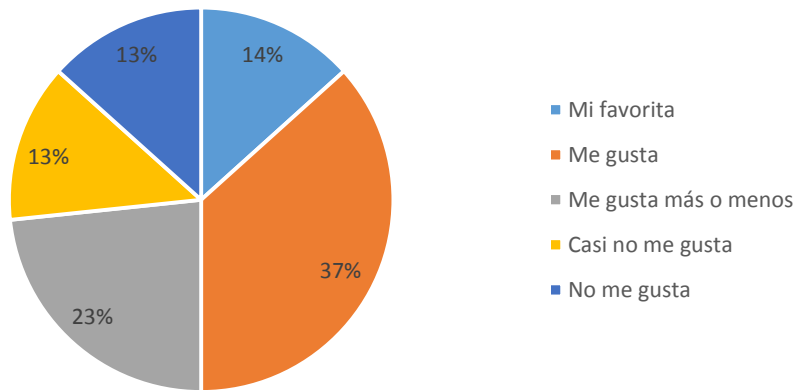
En esta grafica se puede comprender que los pingüinos de Madagascar están entre las caricaturas que les llaman la atención, sin embargo no es su favorita.

Pregunta 6: El chavo del ocho



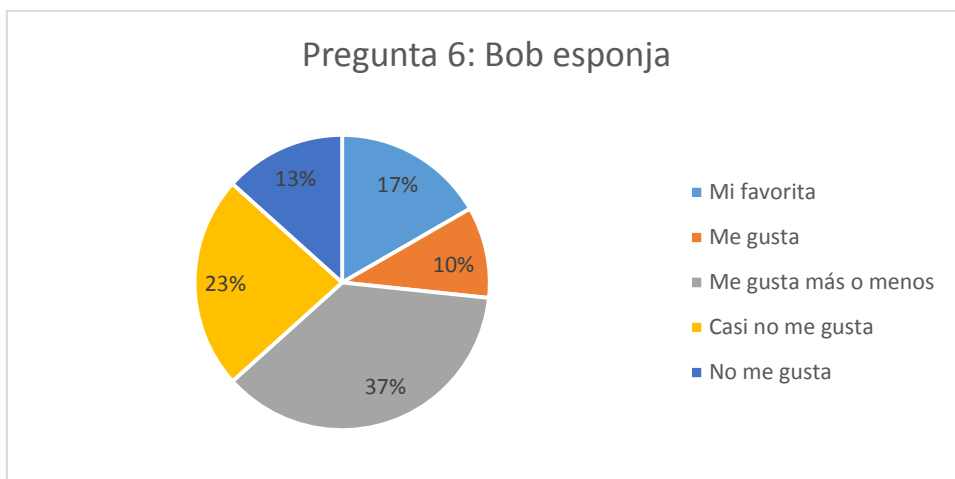
En este porcentaje tanto niñas como niños señalaron que el chavo del ocho animado es una de sus favoritas y mencionan como dato importante que la prefieren porque es muy divertida.

Pregunta 6: Los padrinos mágicos

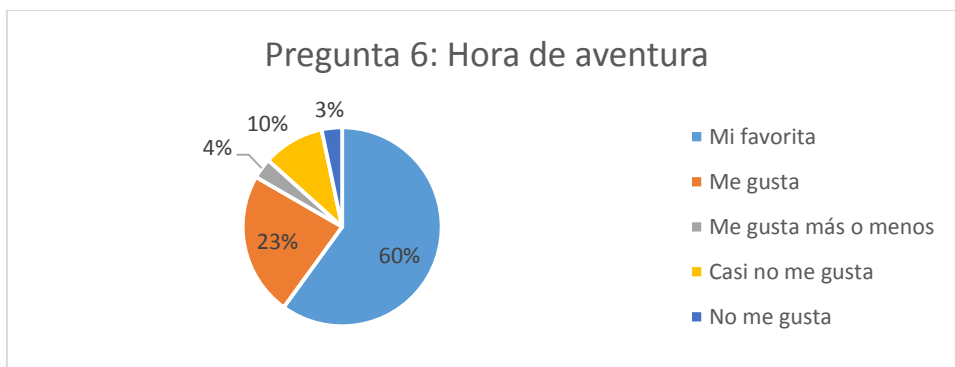


La caricatura de los padrinos mágicos es una de las otras opciones que se les dio a los niños para elegir su caricatura favorita, ésta caricatura en particular

representa la tercera parte de los niños que fueron entrevistados y señalaron que les gusta.



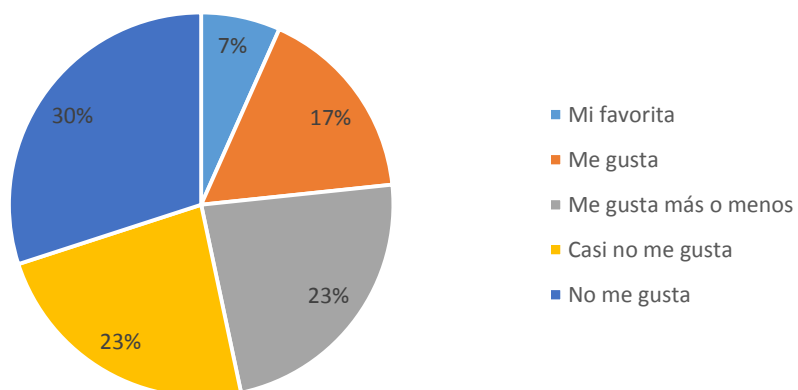
Contrario a lo que alguna fuentes señalan, en la actualidad la caricatura de Bob Esponja no tiene el gusto de los niños ya que sólo el (10%) de los niños señalaron que les gusta.



En la siguiente tabla podemos observar que “Hora de Aventura” está entre las caricaturas favoritas de los niños y niñas. El (60%) de los entrevistados sostuvieron que esta caricatura les gusta.

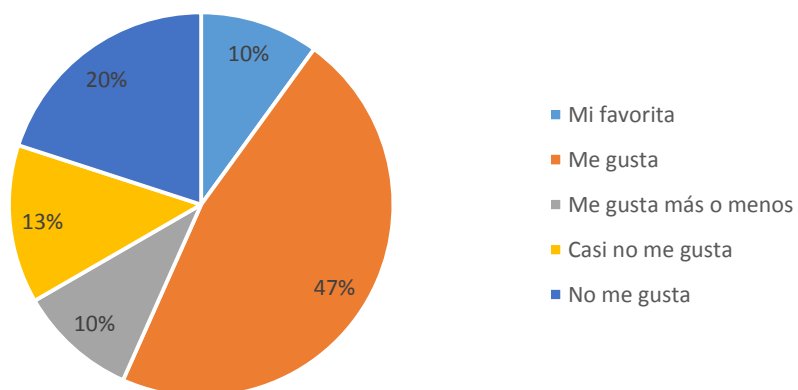
Confirmando de este modo los datos que según IBOPE revelaba en el 2013, mencionando que dicha caricatura estaba en los Ratings más altos dentro del gusto infantil.

Pregunta 6: Naranja molesta

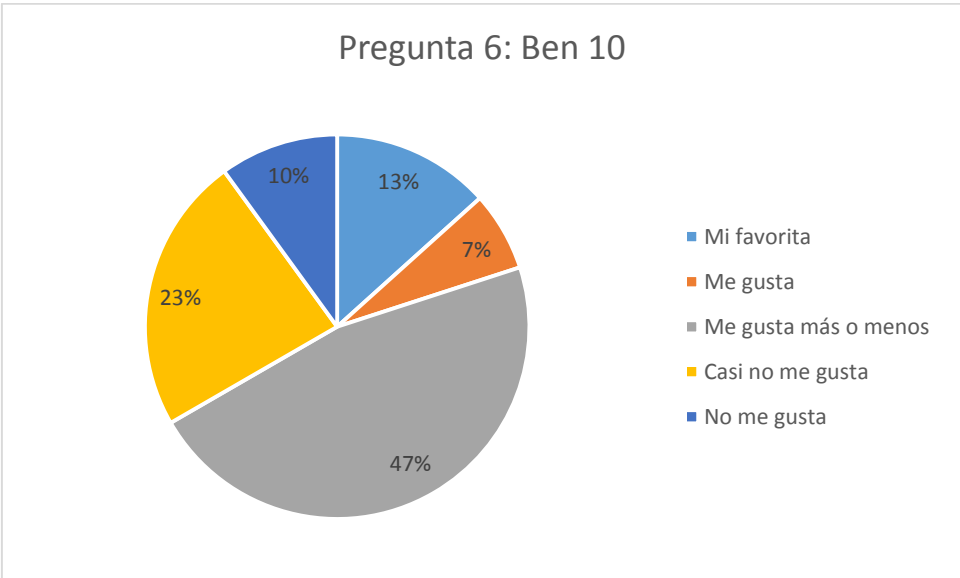


Esta caricatura que se encuentra dentro de la oferta de la televisión por cable de Cartoon es la caricatura menos solicitada por los niños.

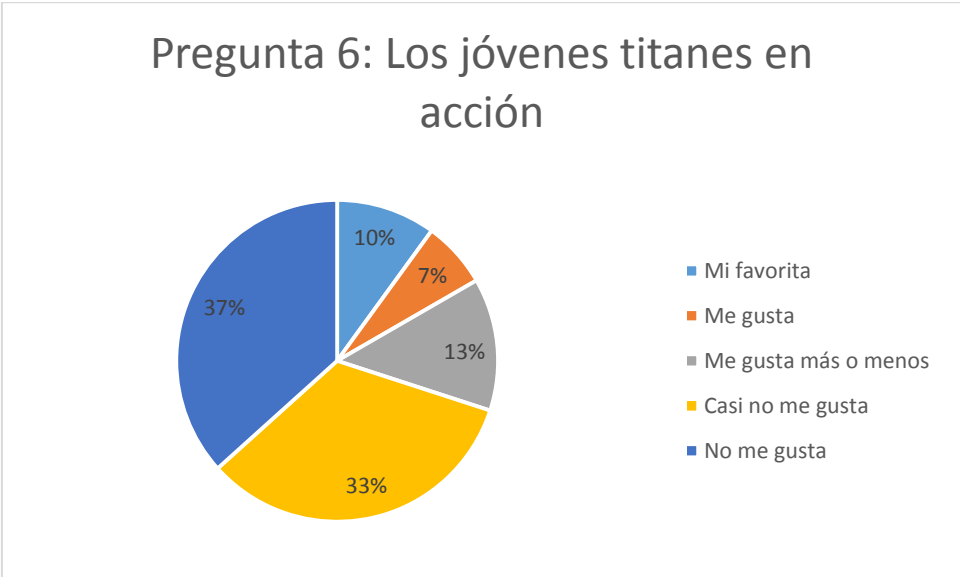
Pregunta 6: Un show más



En el tercer lugar de las caricaturas favoritas de los entrevistados se encuentra “Un show más”, detallando con un (47%) ser una de las caricaturas que les gusta.

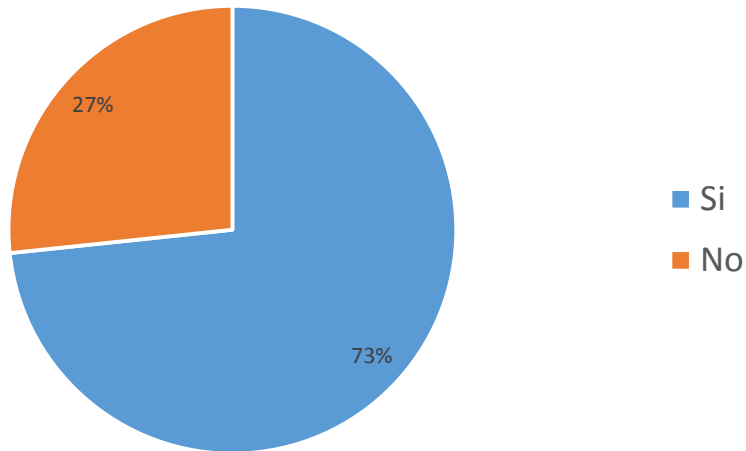


La caricatura de Ben 10 es una oferta más para los niños, pues no llega a ser de su agrado.



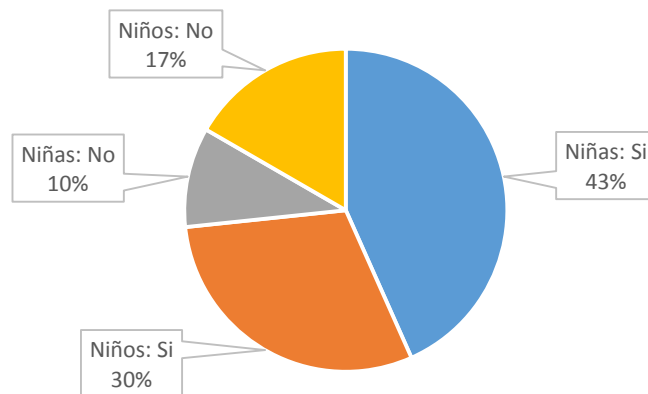
Por otro lado, Los jóvenes titanes en acción representan una de las caricaturas menos preferidas por los niños.

Pregunta 7: ¿Ves todos los días caricaturas?



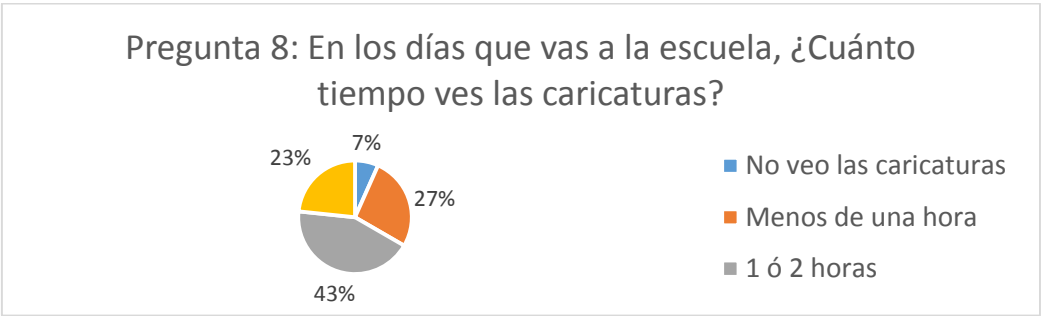
En lo concerniente a la cantidad de consumo, (73%) de los informantes ve todos los días las caricaturas y sólo en (27%) no ven las caricaturas. Esto responde una cuestión sumamente importante respecto al consumo de las caricaturas, es decir; la mayoría de los niños es una audiencia activa y toman como algo primordial el consumir la programación que encuentran diariamente en la TV.

**PREGUNTA 7: PORCENTAJE DE RESPUESTAS EN NIÑOS Y NIÑAS**

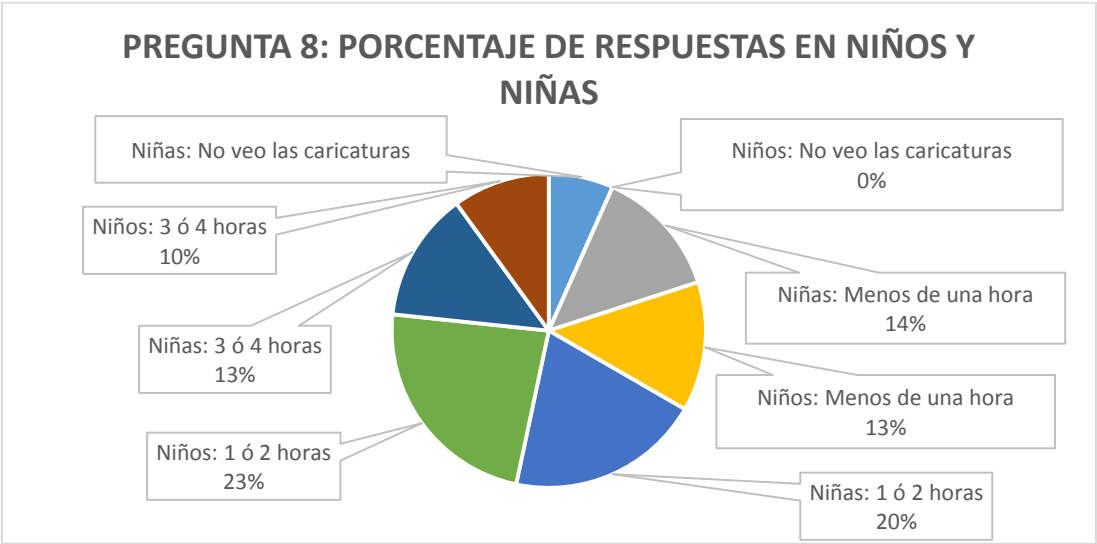


Sin embargo, en esta otra tabla el desglose de los datos nos revela que son las niñas (43%) las que consumen gran parte de la programación de la televisión, frente a sólo un (30%) de los niños que afirman ver las

caricaturas. Y lo más contrastante es que los niños rebasan con un (17%) a las niñas (10%) que no ven las caricaturas. En concreto, es importante señalar que las niñas son el público más activo de la recepción caricaturesca. Lo que puede significar que las niñas tengan más contacto con la barra programática de las caricaturas tanto en la TV abierta como de paga.

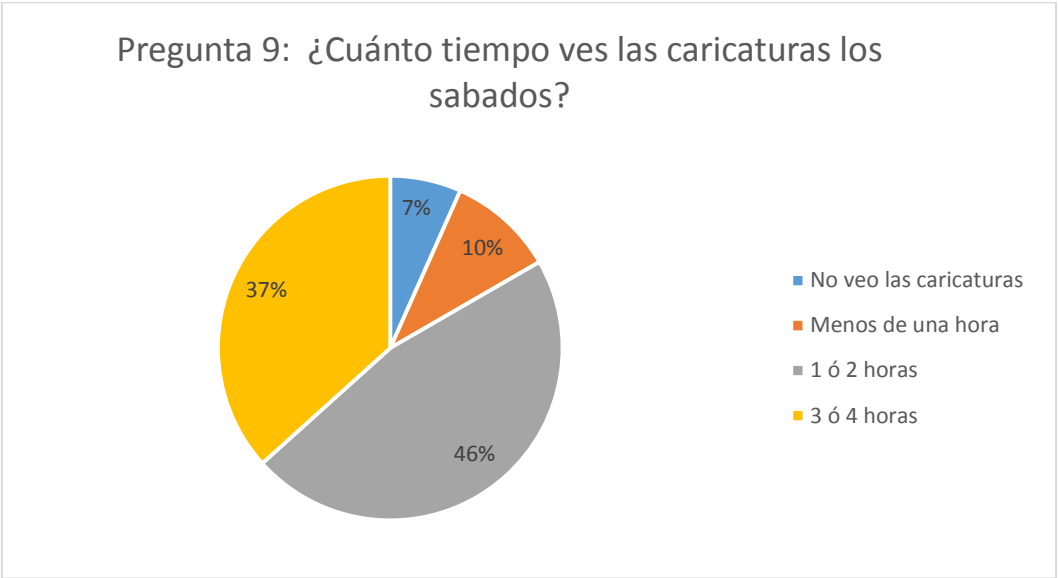


La cuota más abundante de consumo se sitúa entre 1 y 2 horas diarias, con un (43%) de las respuestas. En este intervalo, se situaría la media diaria de consumo televisivo de la muestra seleccionada. A continuación, le siguen las cantidades más próximas por ambos lados: entre 3 a 4 horas (23%) y menos de 1 hora (27%). Resulta significativo que un 70% de los informantes vean las caricaturas entre una hora o menos.

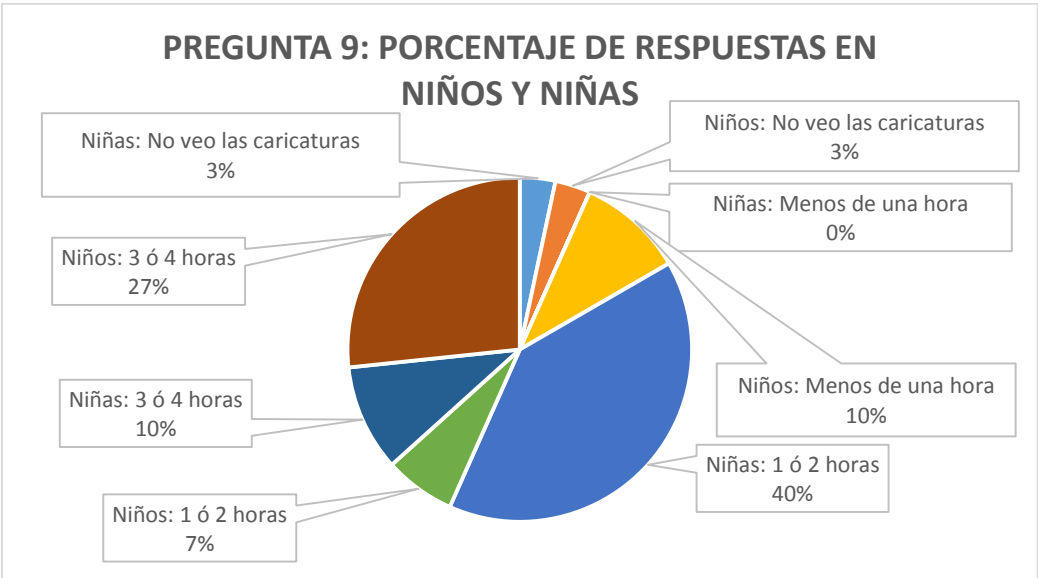


Respecto a la distribución por sexo femenino y masculino, los niños ven

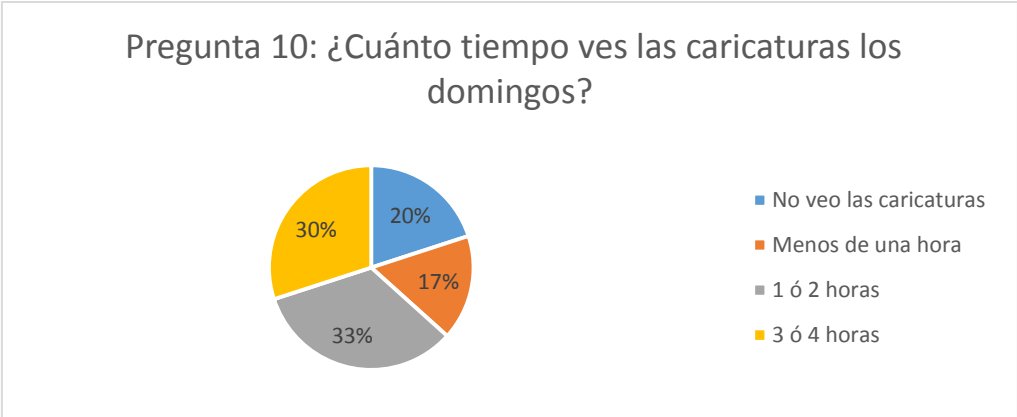
menos de 1 a 2 horas la televisión (23%); mientras que sólo un (20%) de niñas lo consume en esa misma cantidad. Y las niñas que consumen de 3 a 4 horas son un (14%) y sólo el (10%) de niños. Y las niñas que suelen verla menos de 1 horas (14%), en cambio, los niños manifiestan un (13%). Y un (7%) de las niñas no ve las caricaturas. Aunque a simple vista pareciera que los informantes consumen muchas caricaturas porque saben de la oferta en la programación, a los niños les bastan pocas horas para comprender y entender y apropiarse de los contenidos caricaturescos.



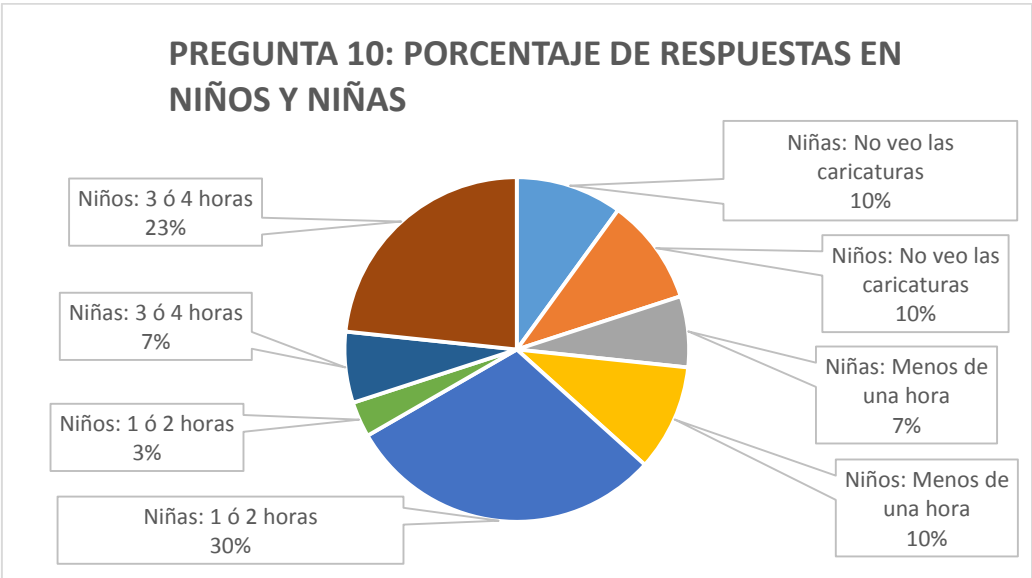
El (46%) se los informantes respondió que los fines de semana solamente ven 1 o 2 horas el otro (37%) señaló que ven al menos 3 o 4 horas, el (10%) restante ve menos de un una hora y el (7%) no ve las caricaturas.



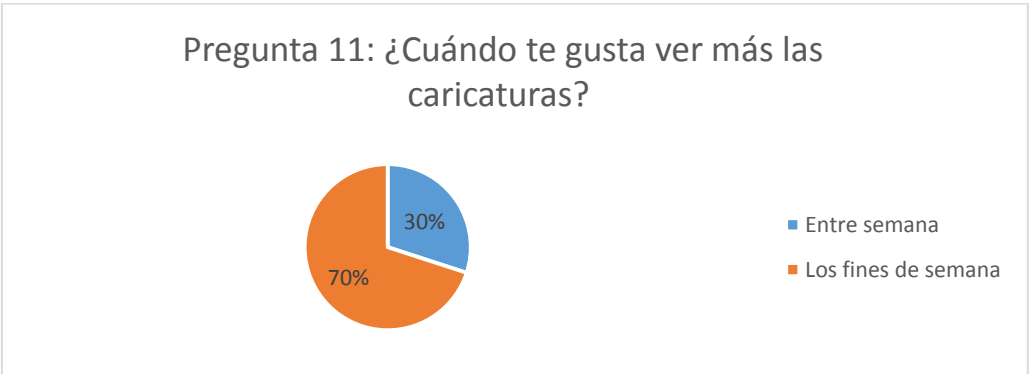
En consideración los días sábado las niñas señalaron el que ven las caricaturas de una a dos horas, esto se manifiesta en un (40%), sin embargo sólo el (7%) de los niños ven la misma cantidad de horas el día sábado, el (27%) de los niños ven mayor cantidad de tiempo las caricaturas es decir, de tres a cuatro horas. El (10%) de los niños ven menos de una hora en comparación con las niñas. Y sólo el (3%) de las niñas no ve las caricaturas.



El (33%) se los informantes respondió que los fines de semana solamente ven 1 o 2 horas el otro (30%) señaló que ven al menos 3 o 4 horas, el (20%) restante ve menos de un una hora y el (17%) no ve las caricaturas.

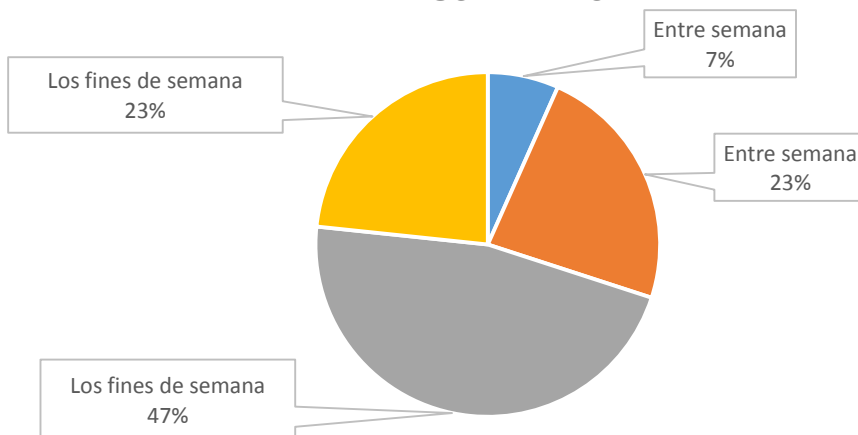


En consideración los días domingo las niñas señalaron el que ven las caricaturas de una a dos horas, esto se manifiesta en un (30%), sin embargo sólo el (3%) de los niños ven la misma cantidad de horas el día domingo, el (23%) de los niños ven mayor cantidad de tiempo las caricaturas es decir, de tres a cuatro horas en comparación con las niñas que solo representan un (19%). El (10%) de los niños ven menos de una hora en comparación con las niñas que solo representan el (7%).



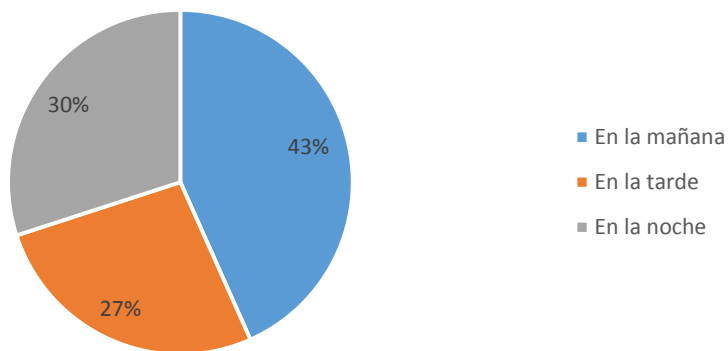
El (70%) de los informantes sostienen que los fines de semana es el día predilecto para ver las caricaturas frente a un (30%) de los niños que sostienen que entre semana es un buen día para ver las caricaturas.

### PREGUNTA 11: PORCENTAJE DE RESPUESTAS EN NIÑOS Y NIÑAS

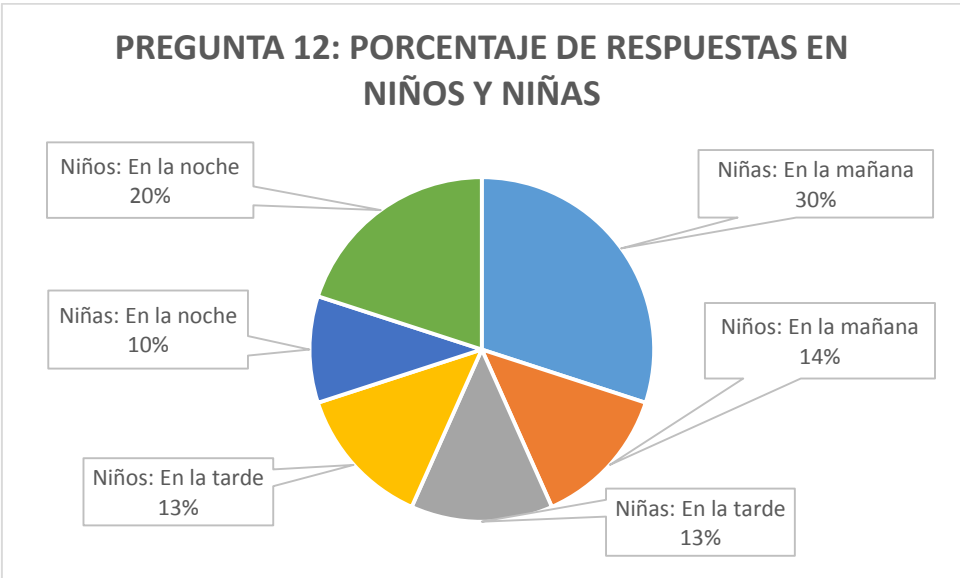


En resumen los niños y niñas señalaron que son los fines de semana los días en los que les gusta ver más la programación que les gusta.

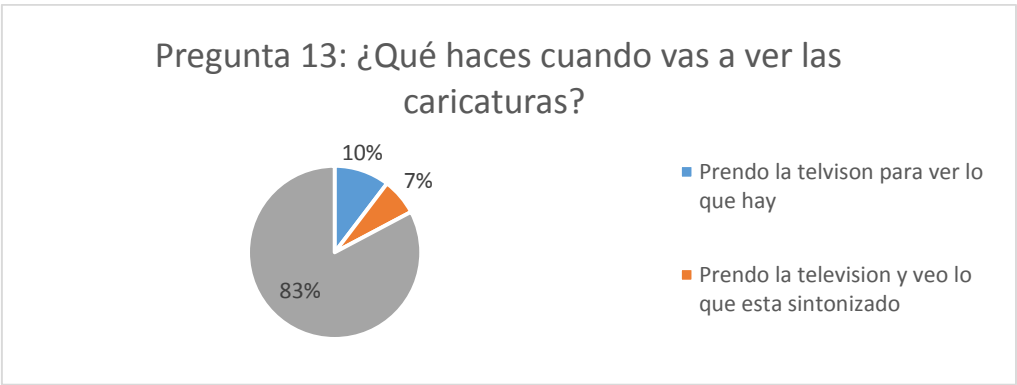
### Pregunta 12: ¿A qué hora te gusta ver más las caricaturas favoritas?



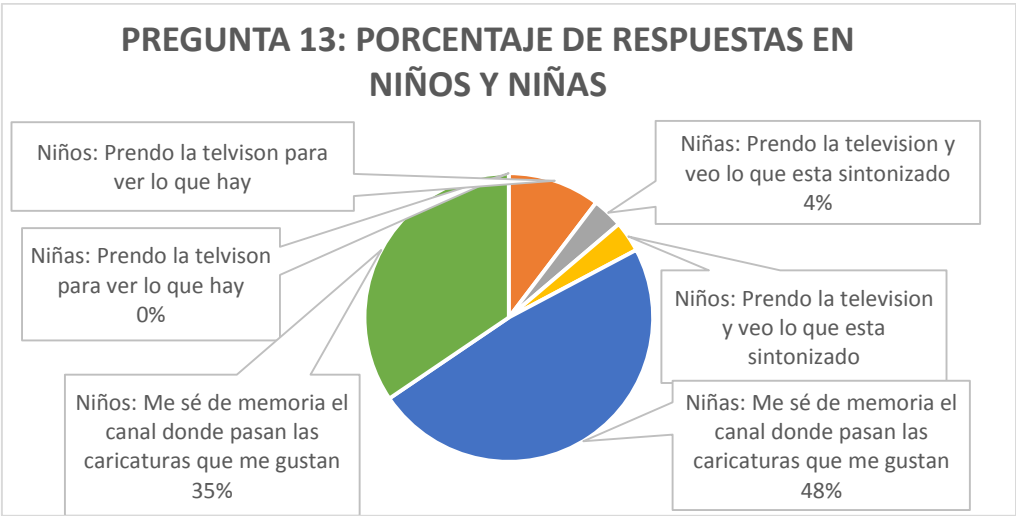
Poco menos de la mitad (43%) de los informantes señaló que la hora favorita para ver las caricaturas es en la mañana, otro (30%) restante mencionó que es en la noche y por último el (27%) de los niños y niñas señalaron que es en la tarde la hora favorita.



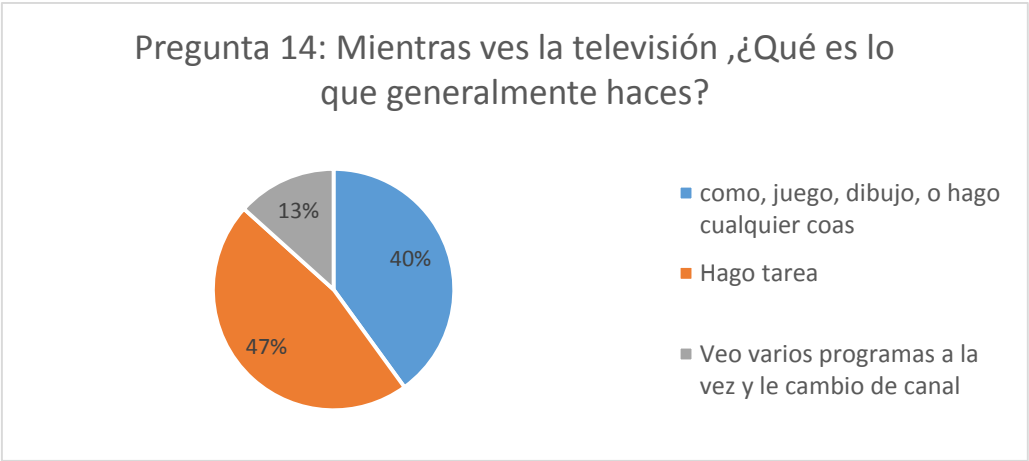
En lo que refiere a las niñas (30%) de ellas contestó que les gusta ver las caricaturas en el horario matutino, y sólo el (14%) de niños afirmó que esta hora les parece mejor, sin embargo el (20%) de los niños sostuvieron que la noche es la mejor opción frente a un (10%) de las niñas. Y (13%) de niñas y niños dijeron que es mejor en la tarde.



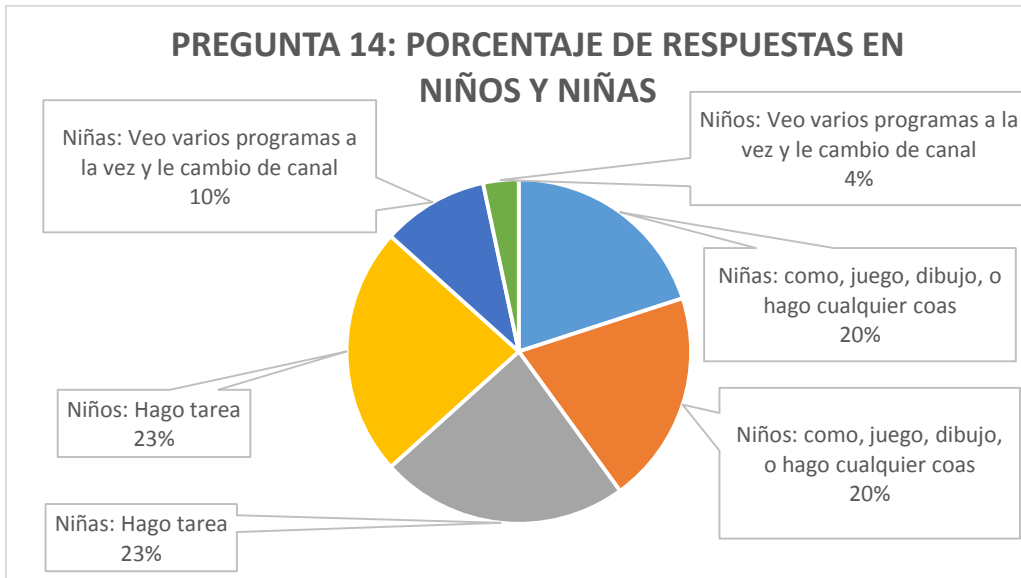
Un elevado porcentaje de los informantes (83%) sostuvieron que se saben de memoria el canal donde pasan la caricatura que les gusta, Y del otro (17%) el (10%) dijo que prende la Tv y ve lo que hay en la programación y sólo el (7%) se conforma con lo que esté sintonizado en la Tv. Es decir los niños tienen mayor control sobre los canales, programación y oferta.



Reflejando la gráfica anterior, podemos observar que poco menos de la mitad de las niñas se sabe de memoria los canales de su caricatura favorita frente a un (35%) de los niños. Luego observamos que (10%) de los niños checa la programación para ver que otros programas hay frente a un (4%) de las niñas y sólo el (3%) de los niños ve lo que esté sintonizado.

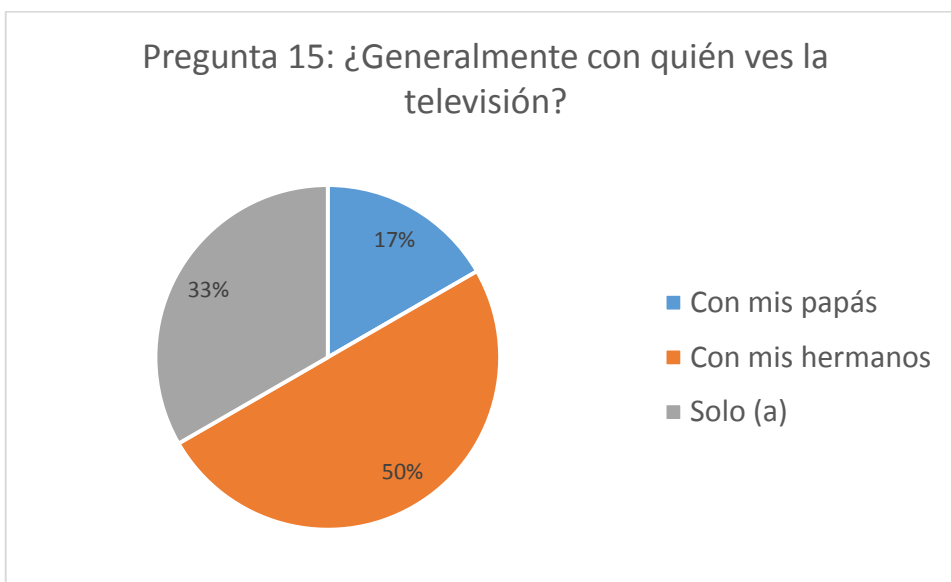


Poco menos de la mitad de los niños hacen la tarea mientras hacen la tarea (47%) y el (40%) hace cualquier otra actividad, por último sólo el (13%) ve varios programas o le cambia de canal al televisor.

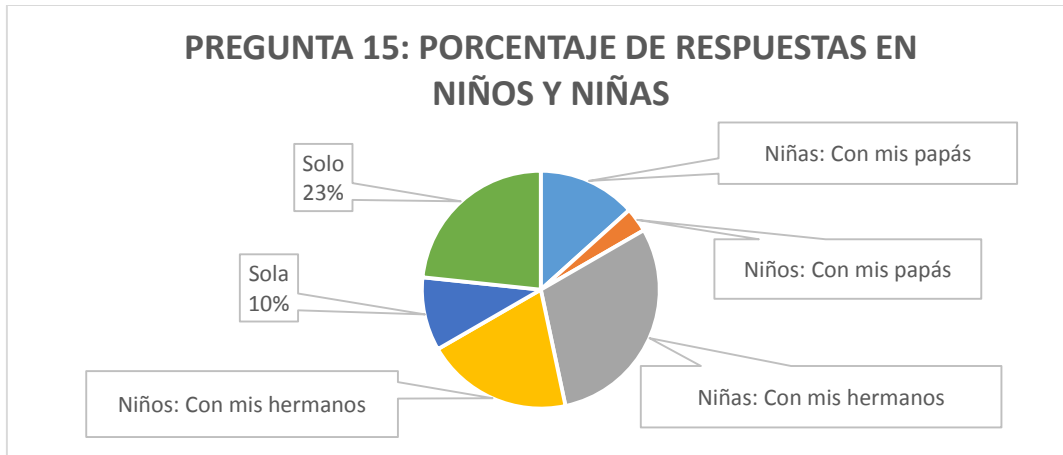


Del porcentaje anterior, el desglose revela que ambos informantes hacen la tarea por igual, reflejándose con un (23%), seguido de un (20%) de niñas y niños que hacen cualquier cosa como comer o jugar y sólo el (10%) de las niñas ve varios programas y le cambia y el (4%) de los niños realizan la misma actividad.

### Datos de la compañía

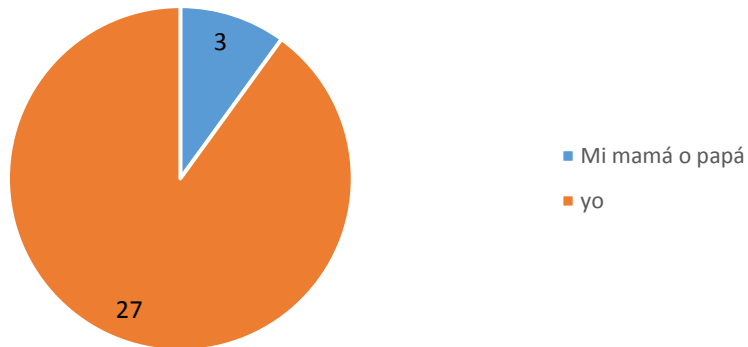


Como se puede observar en la gráfica la mitad de los informantes prefiere al momento de la recepción está acompañado de sus hermanos a la hora de ver la tv y sólo el (33%) lo realiza de manera solitaria. Por otro lado es muy inusual que los niños no compartan la recepción con sus padres pues sólo el (17% sostienen que ven la televisión con ellos.



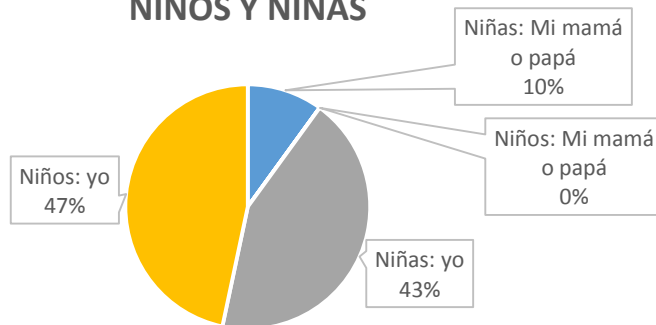
Aquí un ejemplo más claro de que son las niñas las que prefieren o están acompañadas al momento de la recepción (30%) frente a un (20%) de los niños. Los niños realizan esta actividad de manera solitaria (23%) frente a un (10%) de las niñas. Las niñas prefieren compartir el momento de la recepción televisiva (14%) que los niños (3%).

Pregunta 16: La mayoría de las veces que ves las caricaturas ¿quién escoge los programas?



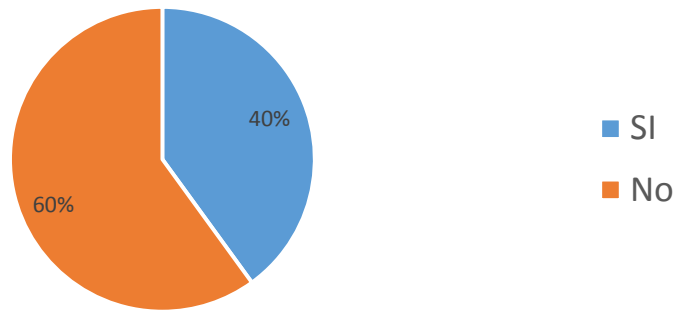
Es en gran medida que la recepción infantil se encuentra regulada únicamente por los niños, ya que como lo muestra la gráfica anterior, el 90% de los niños es quien escoge los programas de tv.

PREGUNTA 16: PORCENTAJE DE RESPUESTAS EN NIÑOS Y NIÑAS



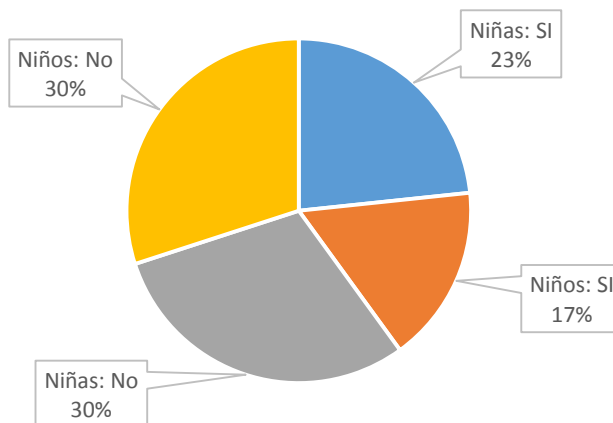
De este (90%) de informantes, el (47%) son niños y el (43%) son niñas y sólo un (10%) de las niñas elije la programación con sus padres.

Pregunta 17 Usualmente cuando ves la caricaturas ¿Tus papás te regañan si ves muchas horas las caricaturas?



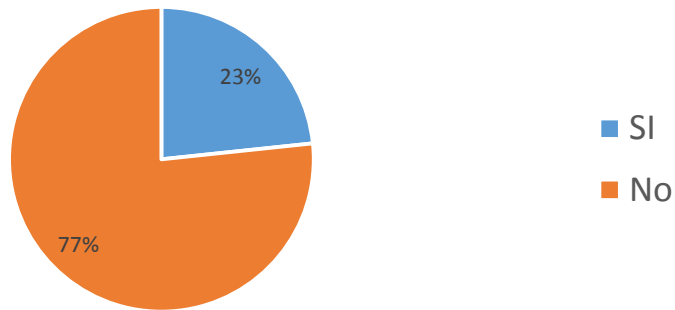
Mediante la gráfica anterior nos podemos dar cuenta que el (60%) de los niños no tiene mayor problema de ver las caricaturas muchas horas y el (40%) de ellos sostiene que si lo regañan.

### PREGUNTA 17: PORCENTAJE DE RESPUESTAS EN NIÑOS Y NIÑAS



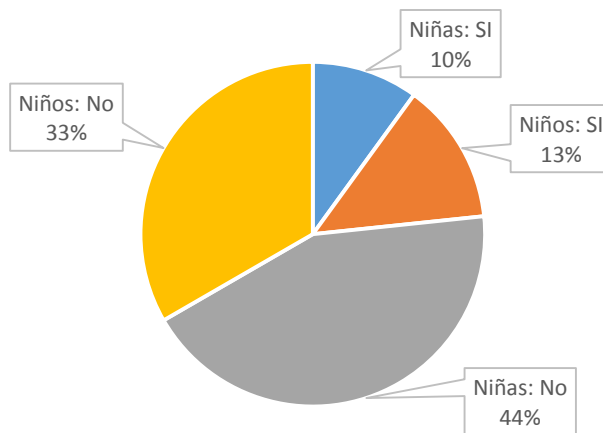
En particular, el (30%) de los niñas y niños negaron ser reprendidos por sus padres por ver muchas horas caricaturas, por otro lado un (23%) de las niñas respondió que sí y sólo el (17%) de los niños afirmo que sí es reprendido.

Pregunta 18: Usualmente cuando ves la caricaturas ¿Tus papàs te castigan si ves muchas horas las caricaturas?

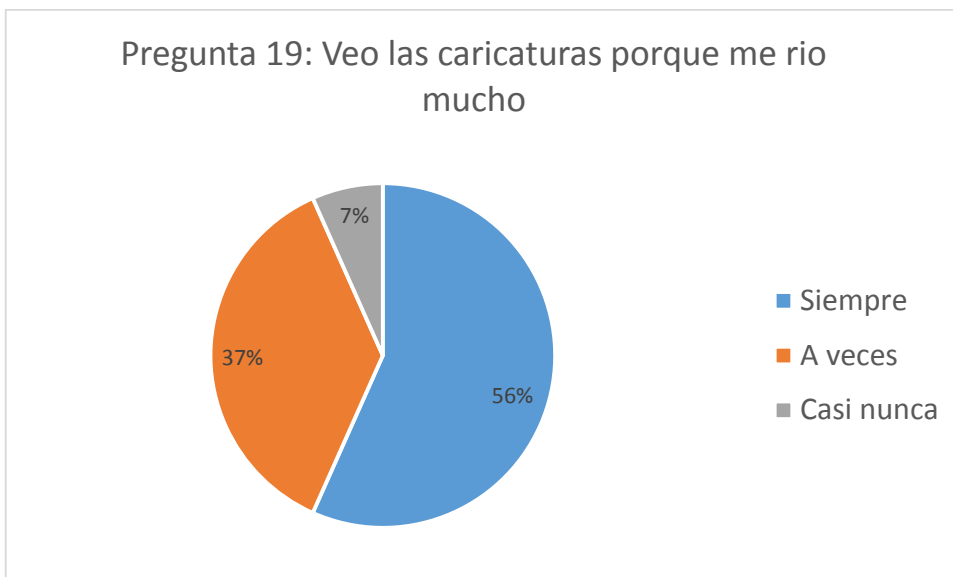


(77%) de los informantes sostiene que no tiene ninguna represión por parte de sus padres si ve muchas caricaturas y sólo el (23%) mencionan que no tienen ningún castigo.

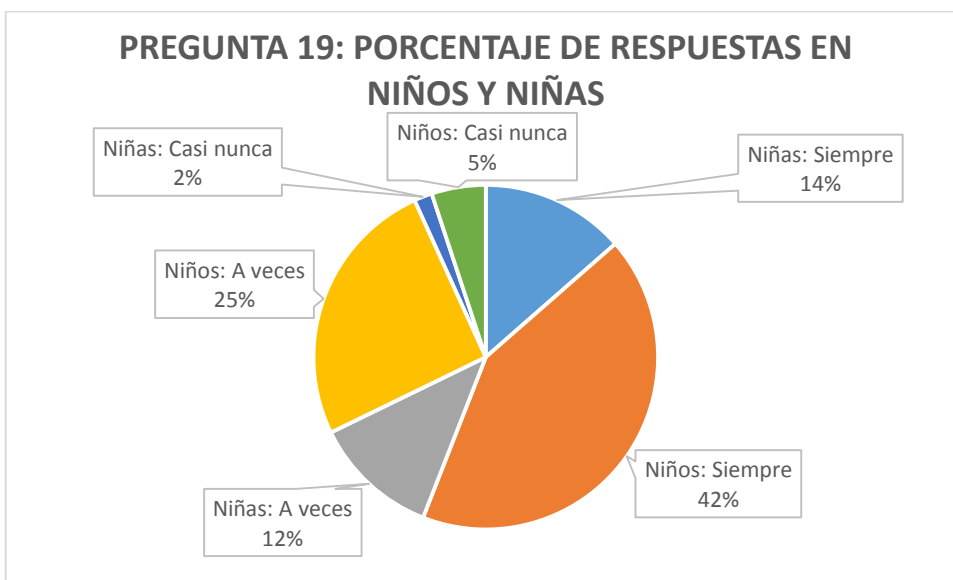
**PREGUNTA 18: PORCENTAJE DE RESPUESTAS EN NIÑOS Y NIÑAS**



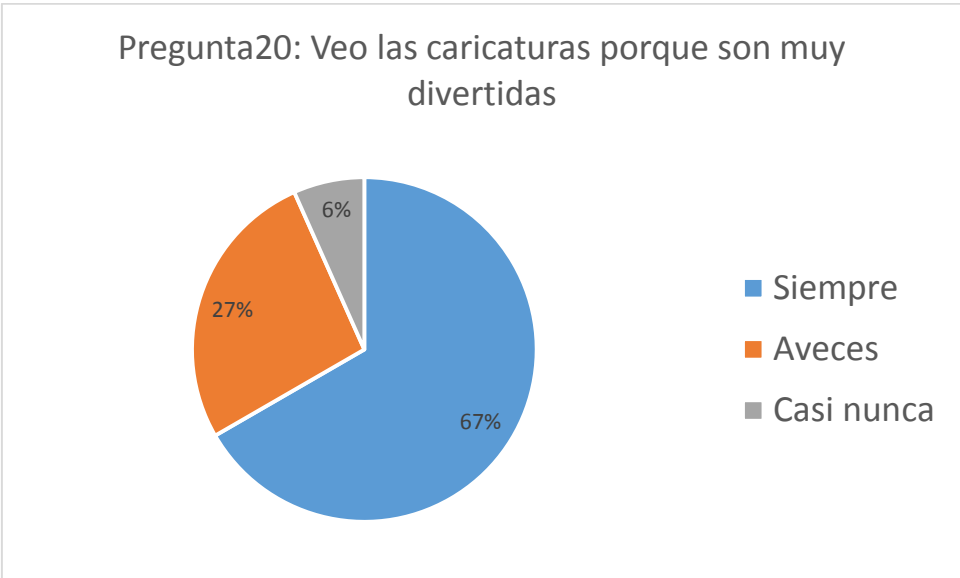
Casi el (44%) de las niñas no tienen ningún regaño por ver muchas horas las caricaturas y un (33%) de los niños asegura lo mismo. Sólo el (13%) de los niños si es castigado y el (10%) de las niñas son castigadas por la misma razón.



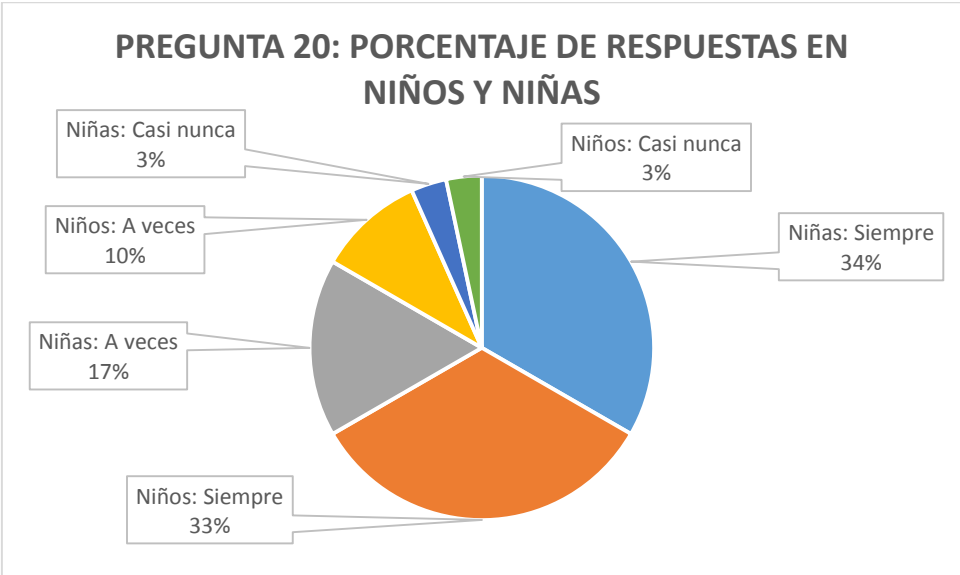
El (56%) de los informantes aseguró que ve las caricaturas porque se ríe mucho, el (37%) dijo que a veces y sólo el (7%) mencionó que casi nunca.



(42%) de los niños dijo que siempre es por esa razón que ve las caricaturas, frente a un (14%) de las niñas que afirman que siempre. Otros niños mencionan que a veces (25%) y (12%) de las niñas mencionan lo mismo. Por otro lado, (5%) de los niños dice que casi nunca y (2%) de las niñas menciona lo mismo.

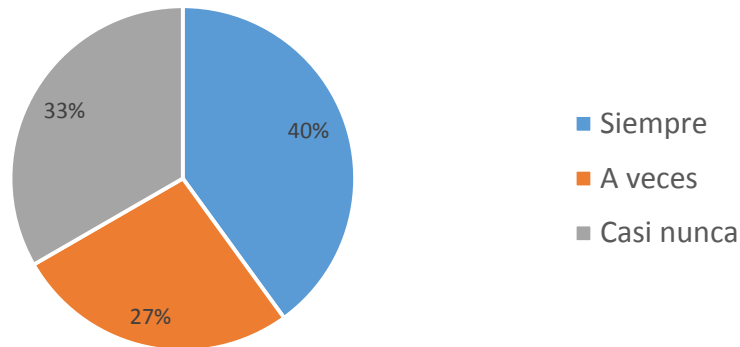


El (67%) de los informantes mencionan que la razón por la que ven las caricaturas es porque son divertidas, un (27%) de los niños y niñas sostienen que a veces y sólo el (6%) que esa no es la razón.



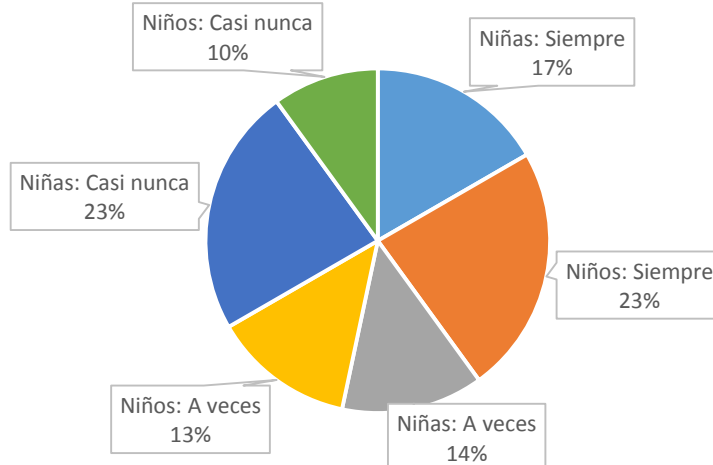
Del porcentaje total sólo el (33%) de los niños son los que dicen que siempre, así como también (34%) de las niñas. También un (17%) de niñas menciona que a veces y solo un (10%) de los niños afirma lo mismo. Y por último (3%) de niñas y niños dice que casi nunca.

Pregunta 21: Veo las caricaturas porque se me pasa el tiempo volando



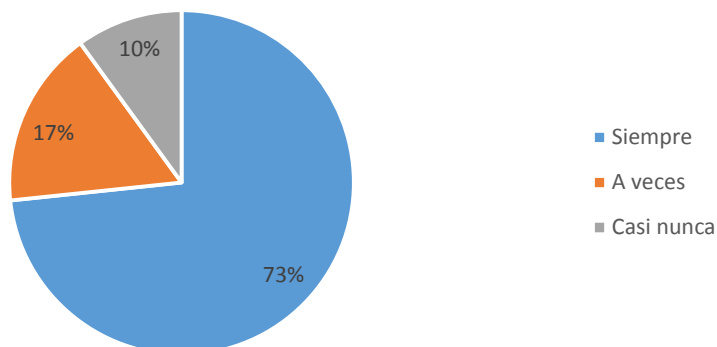
El (40%) de los informantes sostiene que se le pasa el tiempo volando cuando ve las caricaturas, (33%) dice que casi nunca pierden la noción del tiempo y sólo el (27%) dice que en algunas ocasiones.

PREGUNTA 21: PORCENTAJE DE RESPUESTAS EN NIÑOS Y NIÑAS



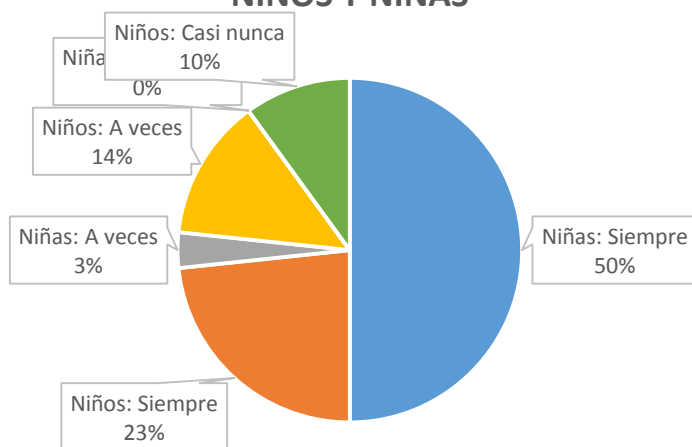
Del porcentaje real, podemos observar que (23%) de los niños son los que pierden la noción del tiempo frente a un (17%) de las niñas, por otro lado las niñas (23%) sostienen que casi nunca les pasa eso y (10%) de los niños afirma esta misma idea. Y por último (14%) de las niñas menciona que a veces.

### Pregunta 22: Veo las caricaturas porque te entretienen mucho



En lo que respecta a las caricaturas y su entretenimiento, más de la mitad de los informantes (73%) mencionaron que siempre. Y casi un (17%) mencionó que a veces. Y sólo un (10%) dice que casi nunca.

### PREGUNTA 22: PORCENTAJE DE RESPUESTAS EN NIÑOS Y NIÑAS



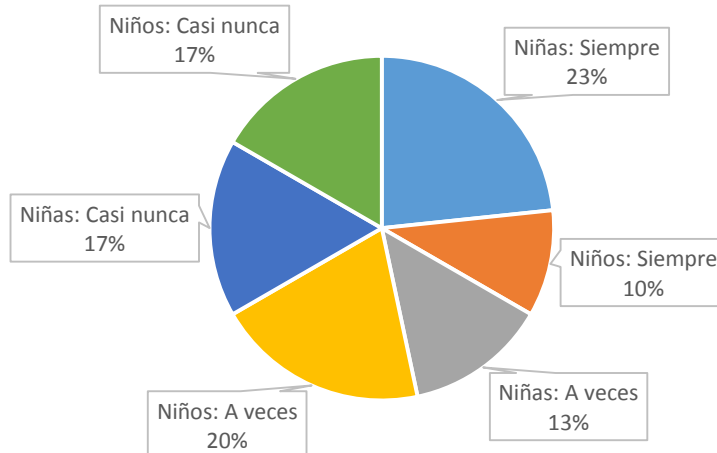
En lo que respecta a la diferencia entre niños y niñas, la mitad de las informantes niñas (50%) mencionaron que siempre. Y casi un (23%) de los niños afirmaron lo mismo. Luego otro grupo de niños sostiene que a veces con un (14%) en comparación con las niñas (3%). Y el (10%) de las niñas dice que casi nunca

Pregunta 23: Veo las caricaturas porque nunca me aburro



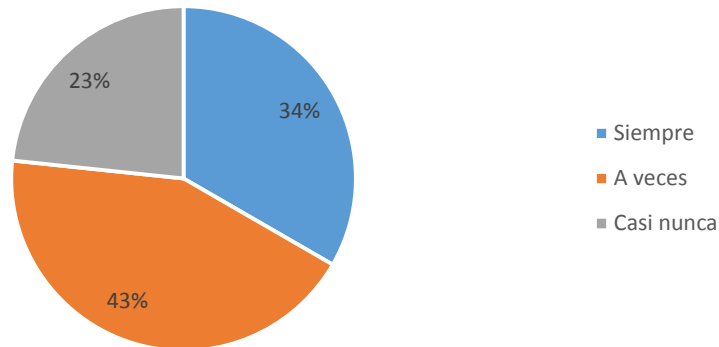
En tanto (33%) sostienen que siempre prefieren las caricaturas porque nunca se aburren, únicamente el (34%) de ellos dice que siempre. Y sólo el (33%) dice que casi nunca.

PREGUNTA 23: PORCENTAJE DE RESPUESTAS EN NIÑOS Y NIÑAS



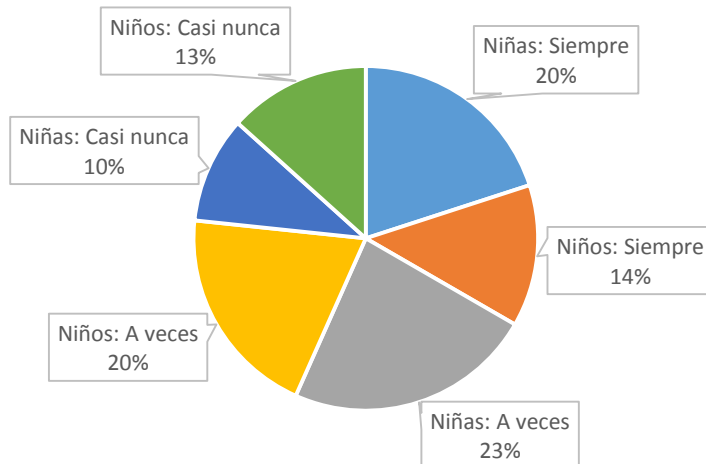
En cuanto a los porcentajes tan parejos, (23%) de las niñas respondieron que siempre y sólo el (10%) de este resultado pertenece a las niños, el segundo lugar lo ocupa (20%) de niños que sostienen que a veces frente a un (13%) de las niñas. Y (17%) de los niños y niñas dice que casi nunca.

Pregunta 24: Veo las caricaturas porque aprendes palabras nuevas



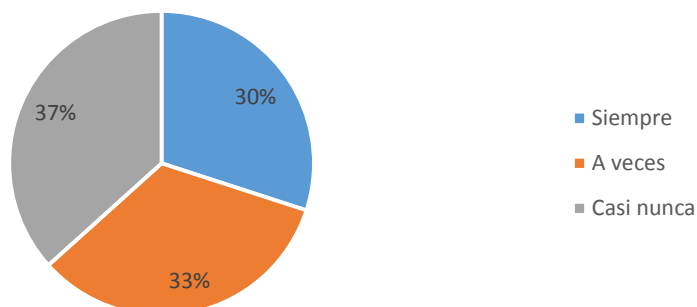
En cuanto al (43%) total de los niños y niñas que aprenden cosas nuevas, sólo el (34%) de este dice que siempre. Y un (23%) menciona que casi nunca. Esto nos lleva a comprender que los niños toman como referente las caricaturas para su vocabulario.

PREGUNTA 24: PORCENTAJE DE RESPUESTAS EN NIÑOS Y NIÑAS



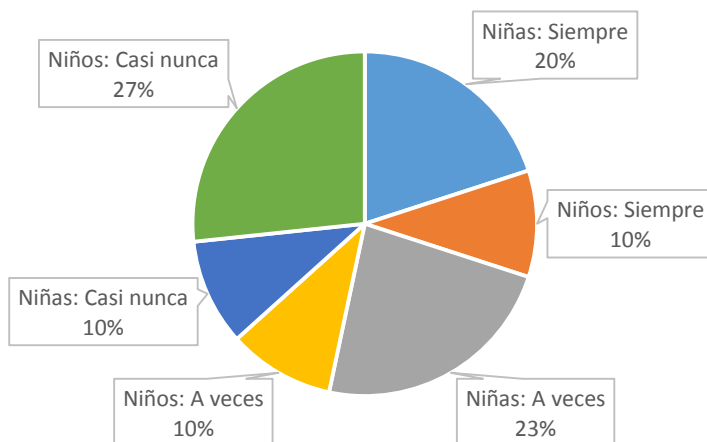
En tanto (23%) de las participantes femeninas sostienen que a veces, únicamente el (20%) de los niños afirma lo mismo. Con un (20%) las niñas afirman que siempre y los niños sólo un (14%). Y por último (13%) de los niños menciona que casi nunca frente a un (10%) de las niñas.

Pregunta 25: Veo las caricaturas porque aprendo cosas que no me enseñan en la escuela o en mi casa



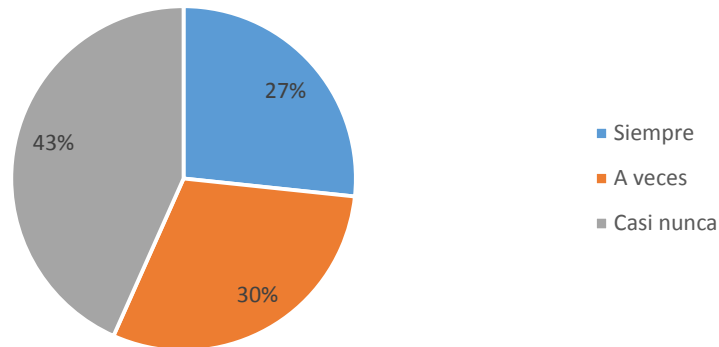
En cuanto al (37%) total de los niños y niñas que aprenden cosas que no le enseñan en la escuela o en su casa este porcentaje dicen que casi nunca, sólo el (33%) de este dice que a veces. Y un (30%) menciona que siempre.

PREGUNTA 25: PORCENTAJE DE RESPUESTAS EN NIÑOS Y NIÑAS



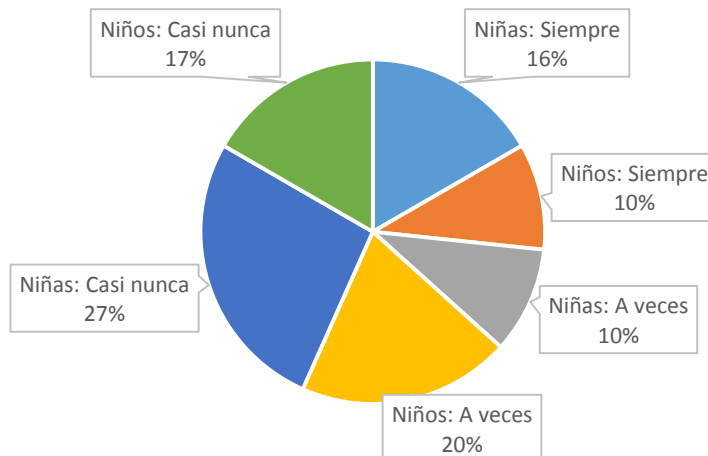
En tanto (27%) de los niños sostienen que casi nunca encuentran en las caricaturas cosas que no le enseñan en su casa o en la escuela, frente a un (10%) de las niñas. Únicamente el (23%) de las niñas dicen que a veces y sólo el (10%) reafirma esta postura. Lo interesante de este resultado es que sólo el (10%) de los niños dice que siempre y de las (20%) de las niñas reafirma esta idea.

Pregunta 26: Veo las caricaturas porque me enseñan cosas que pasan en el mundo



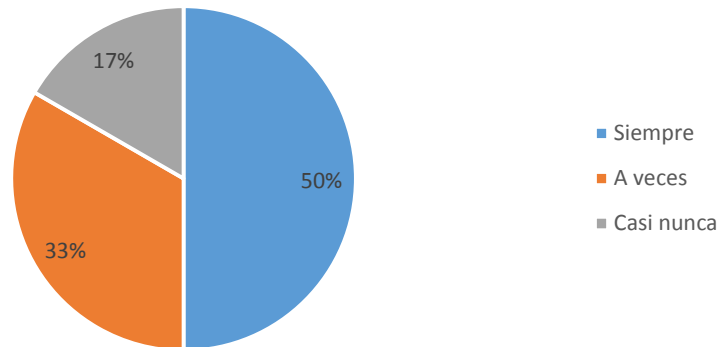
En cuanto al (43%) total de los niños y niñas que dicen que ven caricaturas porque le enseñan cosas que pasan en el mundo este porcentaje dicen que casi nunca, sólo el (30%) de este dice que a veces. Y un (27%) menciona que siempre.

PREGUNTA 26: PORCENTAJE DE RESPUESTAS EN NIÑOS Y NIÑAS



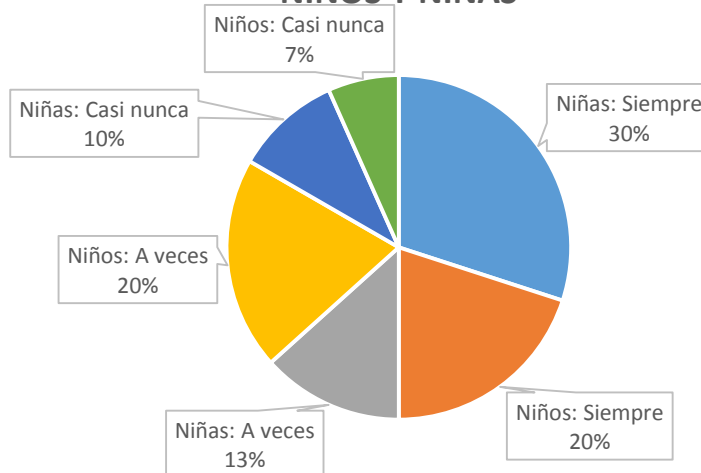
En tanto (27%) de las niñas sostienen que casi nunca encuentran en las caricaturas cosas que pasan en el mundo, frente a un (17%) de los niños. Únicamente el (20%) de los niños dicen que a veces y sólo el (10%) de las niñas reafirma esta postura. Lo interesante de este resultado es que sólo el (16%) de las niñas dice que siempre y sólo el (10%) de los niños afirma esta idea.

Pregunta 27: Veo las caricaturas porque ahí me enseñan cómo debo comportarme con los demás

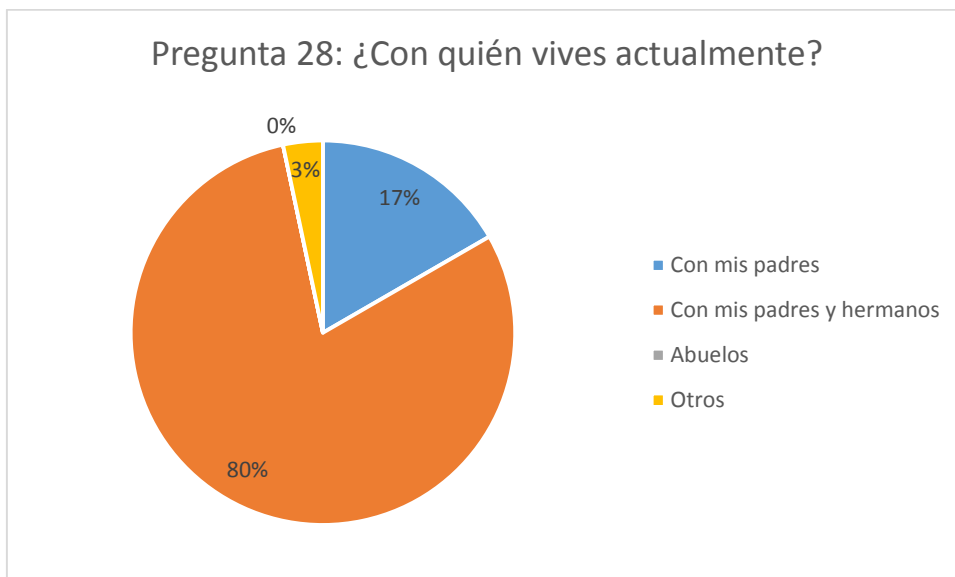


Un elevado porcentaje de los informantes (50%) sostuvieron que siempre ven las caricaturas porque ahí les enseñan cómo deben de comportarse, Y del otro (33%) sostuvo que a veces y sólo el (17%) menciona que casi nunca toma las caricaturas como un referente.

**PREGUNTA 27: PORCENTAJE DE RESPUESTAS EN NIÑOS Y NIÑAS**



En la gráfica anterior podemos observar que las caricaturas son grandes referentes para los niños a la hora de tomar ciertas actitudes frente a otras personas.



Un elevado porcentaje de los informantes (80%) sostuvieron que viven con sus padres y hermanos. Y del otro (17%) mencionó que sólo con sus padres y el (3%) dijo que vive con otros familiares.

### 6.1 Interpretación de resultados aplicados a niñas y niños de 6 a 10 años de edad de la escuela primaria “Fray Martín de Valencia”

El presente capítulo está comprendido por el análisis e interpretación de la información que se obtuvo de las preguntas cuantitativas. Del mismo modo, se fue articulando cada gráfica con un tópico en particular que revela datos precisos de los participantes de este estudio.

Se realizaron 30 encuestas a niños y niñas que provienen de hogares en donde ambos padres trabajan.

En cuanto a la variable posición en la estructura social (aunque a lo largo de este trabajo utilizamos el término clase social, lo hacemos con un valor nominativo, no teórico), es la categoría que utilizamos para estratificar los modelos de familia seleccionados según un criterio socio-ocupacional. Para la clasificación hemos utilizado los siguientes criterios: la ocupación de los padres, el lugar de residencia y el nivel adquisitivo por medio de los aparatos domésticos de que disponen.

Consideramos que estos indicadores pueden explicar diferencias en la forma que tienen los niños de relacionarse con el televisor. Esto puede permitir, también, el conocimiento de la participación que tienen los padres como agentes mediadores o de control sobre la recepción infantil. Se dice que el análisis de la domesticidad televisiva permite comprender uno de los aspectos fundamentales de la recepción infantil y familiar. Y a su vez identificar a la familia como “un espacio cultural donde son mediados los mensajes mediáticos mismos” (Silverstone, 1996: 73). Con ello podemos afirmar que la familia se entrelaza con la cotidianeidad de la recepción y la televisión. Es decir, el hogar es tanto una unidad económica como moral.

...si sus posiciones materiales establecen profundos límites en cuanto a las oportunidades de que disponen para el consumo y la expresión personal, dentro de esos límites y a veces transgrediéndolos en cierto modo, las casas pueden definir por si mismas un ámbito moral, emocional, evaluativo y estético, privado y público – un estilo de vida- del cual dependen para su supervivencia y seguridad, así como dependen de sus recursos materiales (Silverstone, 1996: 89).

Volviendo a la presente investigación, según los resultados, los niños se encuentran en una clase media-baja. Esto es denotado por la delegación en la que viven y las labores que desempeñan los padres de familia, así como también los servicios con los que cuentan las familias a las que pertenecen los niños. Del mismo modo, los niños tienen en promedio de dos a tres hermanos y provienen de familias grandes, con más de 5 integrantes en una misma casa.

## **Recepción televisiva, análisis cuantitativo**

La televisión forma parte del entorno cotidiano en el que se desenvuelven los niños, es un agente de socialización con una importancia muy grande en sus vidas como revelan los resultados de las gráficas que presento con anterioridad. Esto pone en evidencia un alto grado de contacto con el medio y, lo que es más importante, por la persistencia con la que incide los mensajes que encuentran ahí.

El concepto fundamental de la presente investigación es la recepción, la cual en su gran mayoría está acompañada de la mediación, entendida como instancia cultural

desde donde el público de los medios produce y se apropia del significado y del sentido del proceso comunicativo o como “proceso estructurante que configura y reconfigura tanto la interacción de los miembros de la audiencia con la televisión como la creación por ellos del sentido de esa interacción” (Orozco, 1996: 74). Las audiencias infantiles interactúan con la televisión a partir de condicionamientos determinados por la mediación de los diferentes contextos en los que viven inmersos. Por ello, es necesario analizar los diversos mecanismos y modalidades en que la información caricaturesca está mediada.

## **Recepción televisiva y equipamiento**

El lugar que ocupa la televisión en los hogares es central, no sólo desde el punto de vista del número de televisores, sino desde una perspectiva más profunda que tiene que ver con la importancia que le dan en las familias a este artefacto. Las funciones pueden ir desde el mero entretenimiento hasta la compañía o apertura a un mundo de conocimiento.

En gran medida los niños que participaron en esta muestra manifestaron tener en promedio de uno a dos televisores, esto revela que aunque el 56% de los niños cuentan con al menos una Tablet y celular, es y sigue siendo la televisión el artefacto con el que tienen mayor contacto los niños a la hora del consumo. Y aseguran que es su lugar favorito para ver los programas que más les gusta.

El mismo acto televisivo de ver una caricatura sigue siendo hoy en día dominado por la televisión, contrario de lo que se podría pensar, pues los niños tienen una herramienta inmediata a las caricaturas desde otros dispositivos video-tecnológicos. Sin embargo, esto también nos deja ver el poco interés que tienen los niños por entender las caricaturas desde un panorama diferente. Los niños están todo el día acompañados por la televisión y no tienen mayor problema con seguir su programación de una manera clásica.

Aquí el desafío y competitividad video-tecnológica se hace presente, pues tanto la televisión y la recepción se siguen gestando de manera clásica y simple. Muy a pesar de la oferta.

Por otro lado, algunas investigaciones revelan que en los años ochenta el lugar preferido para la recepción infantil era la sala. La probable causa es que únicamente se contaba con un televisor que se encontraba en la sala, contrario de lo que sucede hoy en día pues parte de los informantes aseguran que cuentan con dos televisores. Esto podría estar permitiendo que la recepción infantil tenga mayor acceso a una recepción poco mediada y controlada por los padres. Permitiendo que la recepción infantil se dé de manera solitaria o mediada al menos por otro niño (hermano).

La respuesta a que muchos, si no es que la mayoría de los niños, estén utilizando el cuarto en vez de la sala para ver las caricaturas es muy evidente, en realidad el avance tecnológico y la obtención de nuevos aparatos televisivos permite tener nuevas comunidades interpretativas infantiles. Pues si bien los niños aún tienen cierta mediación de los padres son ellos los que eligen el lugar en donde quieren ver sus programas favoritos.

### **Indicador del espacio en el que se da la recepción infantil**

El espacio en donde se da la recepción es un punto clave para analizar y comprender este proceso. Teorizando dicho proceso, retomo la idea principal de la mediación situacional en la cual se gesta la recepción infantil.

Para el 53% de los informantes es la habitación el lugar preferido para ver las caricaturas que más les gustan. Un dato curioso es que casi el 27% de este resultado fueron los niños los que prefieren una recepción de manera solitaria y son las niñas las que en gran medida se encuentran acompañadas por sus padres y los niños por sus hermanos. En este sentido, podemos ver el peso del género en conformación de la situación de recepción.

La mediación situacional que opera en la recepción infantil en el presente estudio, deja ver la lógica del consumo familiar, en la cual los niños participan de manera decisiva, eligiendo estar acompañados por un adulto o solos. También nos hace comprender que el niño participa de manera directa con las comunidades de recepción eligiendo él mismo si comparte o no este momento.

Mediante este control el niño puede producir varias interpretaciones, dependiendo de la compañía que tenga. Pues si bien el acto de mirar la televisión es para los niños un momento importante, es relevante comprender hasta qué punto los niños también dominan el uso del espacio al momento de la recepción.

### **Indicadores de las caricaturas favoritas**

Muy a pesar de la clase a la que pertenecen los niños, el 70% de ellos cuenta con todos los servicios, incluyendo la televisión por cable. Esto se manifestó al momento en el que se les cuestionó a los niños el lugar donde le gustaba ver las caricaturas a lo que los niños respondieron que era la televisión por cable la que llamaba más su atención.

Esto nos indica que la oferta televisiva con la que cuentan las cadenas de canales nacionales no son suficientes para los niños, por ello encuentran mayor oferta programática en los canales por cable.

Los niños eligen los programas televisivos de acuerdo a su edad y a sus características personales para aprender, divertirse e incluso para mejorar su estado anímico. Sin embargo, muchos niños viven en ambientes precarios, con escasa variedad de estímulos culturales (Musitu, 2003). Esto lo revela la presente investigación pues sólo una minoría de informantes menciona que los contenidos que les gustan son educativos y éstas son únicamente las niñas. Los niños sostienen que buscan en las caricaturas algo que los divierta y entretenga.

Esto también trae a colación las caricaturas que se crearon en los años ochenta y noventa que se preocupaban por dar a los niños una programación que cubriera

programas o caricaturas educativas, contrario a algunas caricaturas que hoy en día se centra en la diversión de los niños y no tanto en su aprendizaje. Pero, ¿qué de cierto tiene esto?, los niños en realidad no están incorporando y apropiando cosas que encuentran en las barras programáticas.

En relación a las preferencias televisivas de los menores, son muy pocas las diferencias existentes entre ellos. La mayor parte de los niños consideró a *Hora de Aventura* como uno de sus programas favoritos, especialmente los varones. En segundo lugar se encuentra *El chavo del ocho*, seguido especialmente por las niñas; y, en tercer lugar, se encuentran otras caricaturas. Entonces, podemos afirmar con total seguridad que entre la caricatura favorita efectivamente se encuentra “Hora de Aventura” tal y como lo había señalado el Rating de Ibope (2013) Latinoamérica.

Lo que también se pudo observar fue que la única diferenciación estaría dada más por el género (niños v/s niñas), más que por el nivel de edad.

Otro dato importante a resaltar es que casi el 83% de los niños entrevistados señalan que conocen perfectamente la barra programática pues se saben de memoria el canal donde pasan su caricatura favorita, esto nos indica una cosa más. La recepción infantil efectivamente se ha transformado considerablemente y como ya se ha mencionado con anterioridad, la recepción se convierte en un proceso activo y sin duda va en creciente demanda. A mayor oferta y barras programáticas, mayor el interés de parte del público infantil. Sin embargo, puedo sostener que debido a que existen muchas ofertas en el mercado, difícilmente un niño tiene una caricatura favorita. Es decir; los niños tienen varios personajes favoritos y toman de cada caricaturas lo que más les gusta o divierte.

## **Indicadores de la frecuencia y horas de consumo**

Algunas investigaciones afirman que existe una correlación inversa entre el número de horas que se invierte en la recepción televisiva infantil y el nivel socioeconómico de las familias, de manera que la a mayor inversión de horas corresponde con las clases sociales más bajas.

En este sentido, en el caso de las familias de clase-baja, suponemos que la situación de entretenimiento se encuentra limitada por el dinero, prefiriendo los padres que estén en casa viendo la televisión antes que estar en otra actividad o en la calle. Como destacan Popper y Condry (1998), y muchos padres prefieren dejarlos viendo sus programas favoritos frente al televisor durante horas, que colocarlos a realizar actividades distintas a esta, de esta forma es que nace el concepto de “niñera electrónica”.

Este dato nos lleva a pensar que estas familias, como dijimos en la representación que tienen sobre el medio, ven en la televisión a una aliada, una fuente de solución de conflictos. Por ello, la mayoría de los niños encuentra atractivo este medio por la diversión que encuentran en ellos, más que por la educación formal. Pierden la noción del tiempo cuando ven las caricaturas.

En cuanto al nivel de consumo televisivo, los niños ven una cantidad aproximada de 2 horas diarias de caricaturas. Sin embargo, hay que destacar que el 75% de los infantes mencionaron que ven diario las caricaturas y poco menos de la mitad de los informantes las ven mientras hacen la tarea. Otros comen, juegan o dibujan; y el resto ve varios programas a la vez.

En general poco menos de la mitad de los informantes prefiere ver las caricaturas en la mañana. De éstos podemos observar que son las niñas las que representan en gran medida un mayor porcentaje. Los niños prefieren ver sus caricaturas favoritas en el horario nocturno.

Regularmente los niños se saben el canal donde pasan su caricatura favorita. Y la minoría prefiere ver las caricaturas en el horario de la tarde.

Por otro lado, los niños consumen más horas al día de caricaturas que las niñas y general el día favorito para ver las caricaturas es el día sábado. Sin embargo, entre semana también consumen la misma cantidad de horas (de una a dos horas). Por otro lado, la minoría de los niños que no ven las caricaturas lo ocupan para realizar cualquier otra actividad.

Algunas investigaciones como las de Nigro (2005) apuntan que el consumo televisivo infantil y las familias se han transformado, de este modo se piensa que se ha incrementado debido a que existe una mayor distribución de aparatos en el entorno doméstico y al interés que muestra el niño hacia esta temática programática.

Así mismo, los niños han modificado las horas de consumo televisivo en comparación con investigaciones previas, un ejemplo inmediato es la investigación de (Collado, 1986) la cual señala que los niños veían un promedio de 54 horas a la semana entre caricaturas y otros programas, lo que significa que pasaban al menos de 7 a 8 horas diarias. El mismo autor señalaba que, más allá de esto, no es necesario tener muchas horas frente al televisor como para que los niños comprendan el significado de las caricaturas.

En realidad, las horas de exposición que tienen los niños frente al televisor han cambiado. Vale la pena resaltar que los estudios más recientes indican que las horas han disminuido considerablemente, sin embargo, los niños siguen teniendo a la televisión como un referente tecnológico inmediato en el cuál encuentran entretenimiento a cualquier hora del día.

### **Indicadores de la mediación familiar**

En efecto, el papel mediador de la familia nos acerca al conocimiento de la recepción. Tanto la familia como la escuela son instituciones en las cuales los niños forman comunidades interpretativas.

La recepción se da de manera acompañada, es decir, está mediada por algún integrante de la familia, como señala Aguaded, (1999) (siguiendo a Fuenzalida y Hermosilla), quienes afirman que la influencia de la televisión en la vida infantil pasa a través de los padres, aun cuando ellos no sean conscientes del papel mediador que desempeñan. En los resultados, las niñas tienden a ver más la televisión acompañada por un adulto, mientras que los niños prefieren estar solos.

Cabe señalar que para que la recepción infantil se dé acompañada o de manera solitaria se necesita comprender con cuántos aparatos tienen contacto los niños. Una variable que tiene que ver con esto es el mayor equipamiento que tiene en los hogares. Pues la presencia de un aparato o más de un en un mismo hogar permite la visión individual de las caricaturas, de este modo contribuye al desconocimiento del tiempo que unos y otros pasan delante de la pantalla, así como de los contenidos que están consumiendo. En este sentido los niños entrevistados afirman que ven las caricaturas acompañados solamente por un sus hermanos y en muy pocos casos alguien más elige los programas que ven. Esto significa que el equipamiento televisivo forma parte de una de las tantas mediaciones por las que atraviesa el infante. También llamada como mediación tecnológica.

Sobre los aspectos educativos relacionados con los hábitos televisivos, se destaca lo siguiente:

- Los niños suelen responder que los programas que ven los escogen ellos mismos, sin consultar mucho con los padres o algún adulto lo que se quiere ver en la televisión.
- La televisión suele ser empleada como medio de entretenimiento mientras se hace la tarea.

Reforzando la idea anterior, Perlado y Sevillano (2003) argumentan que el niño frente al televisor está físicamente activo, y su actividad varía, desde comer, jugar con los objetos a su alcance, hacer la tarea, hablar con las personas que le rodean. Así mientras el niño atiende a la pantalla, está simultáneamente envuelto en varias acciones que demandan su atención y en múltiples procesos de comunicación.

Por otro lado, aunque los padres forman parte fundamental en el momento de la recepción televisiva, tal y como sostienen algunos autores, tanto el control como el consumo tiene que recaer en los padres tal como lo señala Caicedo (2007), los menores deben ser educados en el adecuado consumo del medio, desmitificando y

generando en ellos un sentido crítico y lógico sobre lo que ven. Enseñándoles a distinguir entre la fantasía de la realidad y a desarrollar su percepción activa.

A lo que Iriarte, (2006) aclara que la TV forma consumidores, y dependientes, cuando debe educar y enseñar a ser receptores activos, críticos frente a la oferta televisiva, en contraposición a la pasividad, la acriticidad y la repetitividad que se presenta. Sin embargo, esto no puede ser posible debido a que muchos de los niños señalan que no tiene ningún reproche al ver las caricaturas, del mismo modo, un número significativo de niñas sostiene que la recepción en su hogar se da mayoritariamente sólo con sus hermanos menores.

Un dato que va en la misma dirección es que los niños comentan que suelen ver más la televisión en compañía de sus hermanos menores, que de sus padres o abuelos, posiblemente debido a que sus padres ocupan el tiempo en actividades laborales.

### **Medidas del control de la recepción**

Gran parte de los niños dijeron que sus padres no les controlaban el consumo televisivo. Nigro, 2008 sostiene que existen cuatro tipos de familias, bajo este argumento puedo afirmar que la mayoría de las familias de las que provienen los niños son familias permisivas, las cuales no se preocupan tanto por los contenidos que ven los niños y dan valor significativo a la televisión dejando que esta quizá sea un modo de niñera televisiva.

Algunos de ellos señalaron que hacen las tareas mientras ven televisión. Ahora bien, el control de los padres es principalmente en cuanto al tiempo que los niños pasan frente al televisor y, en muy pocos casos, sobre el contenido. Contrario a lo que se plantea en otras investigaciones sobre consumo infantil en otros países como Colombia, en los cuales existen algunas asociaciones conformadas por padres que regulan los contenidos de la barra programática de los niños a través de la Comisión Nacional de Televisión.

Por otro lado, se piensa que los padres son aún más flexibles los fines de semana. Pues los niños ven más horas las caricaturas esos días que entre semana. Permitiendo que los niños vean de tres a cuatro horas, contrario a lo que se refleja entre semana que solamente son de una a dos horas de caricaturas.

A diferencia de lo que pasa en Colombia o en otros países, en la presente investigación los padres desconocen el contenido de la programación que ven sus hijos y confían plenamente en que la oferta de las cadenas temáticas infantiles es adecuada para sus hijos por lo que no tienen la sensación de que sus hijos puedan verse perjudicados por estos contenidos. Pues no los regañan o castigan si ven muchas horas las caricaturas. Los niños tienen libertad absoluta para ver canales temáticos infantiles. Es decir no existe una participación guiada por parte de los padres, tal como lo señala Rogoff (1993). Dentro de la participación guiada, los adultos realizan básicamente dos acciones, por un lado, tienden puentes entre lo conocido y lo desconocido o nuevo, y por el otro, estructuran y organizan la participación infantil y realizan la transferencia de la responsabilidad. Rogoff (1993) considera que los adultos contribuyen a tender puentes entre las destrezas y la información ya adquiridas por los niños y las que se requieren para resolver los nuevos problemas que enfrentan. Los adultos brindan a los niños claves emocionales y modelos de interpretación, verbales y no verbales frente a las situaciones, eventos, conductas u objetos que se presentan como novedosos o ambiguos. Los niños son los que eligen la programación en la televisión, lo que sugiere que los padres tienen poco conocimiento de lo que en realidad ven los niños en la televisión.

## 6.2 Supuesta participación de las caricaturas sobre la conducta de los niños

Antiguas investigaciones como la de Medrano, Cortés y Palacio (2006) sostienen que la TV se muestra igualmente capaz de modelar nuestras virtudes y nuestros defectos e influir en ellos nuestras virtudes y en nuestros defectos. Sin embargo, desde esta postura puedo refutar tal idea, ya que a tan sólo ocho años de estas investigaciones, los medios y las caricaturas no se ven sólo como una influencia sino, también, hoy en día se cuestiona qué es lo que hacen los niños con las caricaturas. Pues recordemos que los niños no son un receptáculo vacío si no por el contrario la recepción actual se da gesta desde un proceso mucho más dinámico. De hecho, en la actualidad se le ve como un receptor activo, ya que él selecciona e interpreta los mensajes de acuerdo a su experiencia, sistema de creencias y capacidad cognitiva, así como a partir “de las experiencias, valores, el conocimiento, las opiniones, las actitudes y las motivaciones” (Otero, 1997: 182). Bajo esta afirmación, los niños entrevistados sostienen que siempre se encuentran entretenidos por las caricaturas y por eso buscan este tipo de contenidos. La mayoría de los niños menciona que retoman cosas de las caricaturas y de este modo aprenden palabras nuevas y sólo una pequeña parte sostienen que no aprenden nada ahí.

La tercera parte de los niños sostiene que muy a pesar de que las caricaturas son muy divertidas casi siempre se aburre con las caricaturas y muy pocos sostienen que casi nunca se aburren con los contenidos.

Se podría decir que en algunas ocasiones las caricaturas son productoras de la realidad del mundo inmediato de un niño, pues vale la pena resaltar que sólo una tercera parte de los niños considera que efectivamente tiene algún tipo de aprendizaje de las caricaturas que, por supuesto, no encuentra en la escuela o en la casa. Sin embargo, otra tercera parte sostiene que sólo algunas veces adquiere conocimientos de este medio. Y sostienen que en las caricaturas aprenden en algunas ocasiones cómo deben comportarse con los demás.

### 6.3 Apuntes finales a manera de cierre

Como conclusiones del análisis anterior, podemos afirmar que los niños son los más activos a la hora de la recepción, son los que más deciden el lugar y las horas de ver televisión y las niñas siguen siendo acompañadas por sus padres para ver las caricaturas.

Los niños viven y gozan las caricaturas como fantasía y si su entorno real está normalmente anclado en la realidad, el niño no tendrá problema para saber dónde termina la imaginación y comienza el mundo real. Pero si la recepción se está gestando de manera solitaria y son los niños los que eligen los programas, valdría la pena escuchar la participación de los padres respecto al control que tienen sobre los niños a la hora de la recepción televisiva.

Antes de tratar de condenar a las caricaturas, no debemos olvidar que las reacciones y percepciones que tienen los niños frente a las caricaturas recaerían un poco en la responsabilidad que tengan los padres en mediar de manera responsable lo que los niños entienden de las caricaturas que ven.

En realidad, los resultados que encontré de las caricaturas favoritas de los niños nos permite percatarnos de cuáles son las tendencias en los gustos y preferencias de los niños, pues a partir de ahí se generan los temas de plática entre sus grupos de iguales, circunstancia que además de generar este proceso comunicacional, permite establecer una mayor socialización e identificación entre ellos. Esto permite reconocer y observar de manera más práctica cuáles son las actitudes y comportamientos de los niños a la hora de aplicar el psicodrama.

Los niños son especialmente selectivos en lo que imitan, y lo hacen tanto con modelos reales como con personas en la televisión o dibujos animados. Según los resultados, los niños no imitan tan fácilmente lo que ven, lo que aprenden en los medios es más que imitación, ya que, de la gran cantidad de conductas, actitudes y

valores a los cuales están expuestos, eligen sólo algunos. Aunque ellos mismos reconocen que tienen algún aprendizaje de estos medios.

Si bien no se puede establecer una relación de causalidad entre la TV y el comportamiento de los niños, se sabe en los resultados de esta primera aproximación que los niños identifican claramente que en las caricaturas aprenden algunas cosas que implementan en su vida diaria.

#### 6.4 Resultados de la indagación con los padres de Familia y su mediación

Como se ha mencionado con anterioridad, los estudios de la recepción infantil han tenido a lo largo de los años grandes interrogantes respecto al tema de las diversas mediaciones a las que está expuesta la recepción infantil.

Los resultados que se presentan continuación son fruto de la investigación empírica que se ha venido realizando con la participación de algunos padres de familia y niños de la escuela Fray Martín de Valencia. Para esta etapa de la investigación se utilizó la técnica de la entrevista grupal, esto fue posible con la ayuda del director de la escuela, él convocó a junta y se pidió la participación de los 30 padres de los niños que habían participado en la primera etapa de entrevistas, sin embargo por falta de tiempo solamente participaron 17 padres de familia. La distribución de las encuestas fue la siguiente: En todos los casos los padres de familia que participaron afirman que sus parejas trabajan. Al menos nueve participantes eran papás de un niño, el resto de los padres tenían a una niña. Otro dato importante es que la mayoría de los participantes de esta entrevista grupal era madres de familia y únicamente dos padres participaron.

Para profundizar en la mediación infantil, he logrado estudiar los que considero los principales indicadores, tanto de la mediación preferente como de la efectiva; términos que ya se han explicado con anterioridad.

Los indicadores de mediación que retomé de la preferencia son:

- La responsabilidad que tienen sobre los contenidos que ven los niños
- La valoración de la posible participación que del medio en sus hijos.
- La valoración sobre el posible aprendizaje.

El punto de partida para analizar la recepción activa es establecer la mediación entre el medio- el niño y los padres u otros integrantes de la familia.

Los indicadores que utilicé para estudiar la mediación efectiva fueron:

- Conocimientos sobre televisión y contenidos.
- Orientación ofrecida a los hijos sobre las caricaturas.
- Prohibiciones o normas sobre las caricaturas.
- Compañía a la hora de la recepción.

Como resultado de las encuestas cuantitativas aplicadas a los niños, se hace necesario también estudiar la mediación familiar en relación con los niños. Tal y como se ha explicado anteriormente la *mediación* es el término que utilizamos para definir la forma en la que los padres intervienen en la relación de sus hijos la televisión. Consideramos, a la luz de la teoría tanto desde la comunicación como desde la sociología, que la mediación familiar explicará en gran medida la forma de recepción televisiva infantil que desarrollan los niños en sus relaciones con el medio.

En las investigaciones cualitativas, a diferencia de las cuantitativas en las que la muestra debe ser representativa del universo de manera que los datos obtenidos en el estudio de la muestra puedan ser proyectados al universo, la construcción cualitativa se efectúa atendiendo a criterios estructurales (Callejo, 2001).

### **Indicadores de mediación efectiva**

Conocimiento sobre televisión y contenidos. El conocimiento que tienen los padres sobre la programación infantil que ven sus hijos es muy escaso o prácticamente nulo. Los padres, en general, confían en que la programación que emiten algunas cadenas en las franjas que destinan a los niños (sobre todo las mañanas de los

fines de semanas) y la programación que emiten los canales temáticos infantiles son adecuados para la edad de los hijos. Las diferencias vienen en el conocimiento de la programación en horario de *prime time*, franja en la que más se ve televisión en familia, y en la que los padres, disponen de más tiempo para dedicarlo a la televisión por lo que suelen conocer mejor la programación que emiten las diferentes cadenas. Aunque padres e hijos no vean lo mismo y cada uno haga el visionado en televisiones diferentes, sí es una programación que en líneas generales los padres conocen.

### **Horas de consumo según los padres**

La mayoría de los padres afirman que permiten que los niños vean las caricaturas de manera solitaria por la falta de tiempo que existe, una de las razones que mencionan es que llegan cansados del trabajo y no tienen tiempo.

Solamente cuatro madres de familia sostienen que hablan con los niños acerca de lo que ven en las caricaturas.

Piensan que se debería de regular el control de las horas que el niño ve las caricaturas ya que piensan que parte de la violencia que los niños manifiestan proviene de lo que ven en la televisión.

Una de las razones principales que detectan los padres para que los niños busquen ver las caricaturas es para distraerse.

Una madre comenta:

*“Cada día los niños quieren hacer cosas más arriesgadas, se suben a cualquier cosa y se avientan”*

Otra madre sostiene:

*“Muchas veces son agresivos y todo lo quieren arreglar a trancazos”*

Una de las madres de familia comenta:

*“Estos dos niños (un par de hermanos que estudian en el mismo grupo) tienen prohibido ver “Hora de Aventura” porque un día estaban jugando y uno de decía al otro jálame hermanito para estar largo como Jake<sup>7</sup>, un tal perro amarillo”*

Al momento de preguntarles a los padres cuántas horas tiene permitido su hijo ver la televisión los padres respondieron que en promedio les dan solamente una hora de permiso. Sin embargo los resultados de las entrevista aplicadas a los niños indican que pasan entre semana al menos dos horas al día viendo las caricaturas.

Luego cuando se les preguntó a los padres cuantos días a la semana permitían ver a sus hijos ver las caricaturas ellos mencionaron que todos los días dejan que vean las caricaturas.

Una madre de familia comentó:

“Pues ven las caricaturas porque así se entretienen”

Un gran número de padres de familia afirma que los fines de semana tienen permitido ver las caricaturas más que otros días y en efecto. Esto concuerda con los resultados que dieron los niños ya que es su día favorito para ver las caricaturas.

### **Imposición o límite de las horas que el niño ve las caricaturas**

Otro dato a resaltar es que más de la mitad de los padres menciona que de algún modo tratan de reprender a los niños si ven muchas horas las caricaturas.

Una madre de familia comenta:

“Si no quiere apagar la televisión voy y se la apago a veces”

Cuando se les preguntó a las madres y padres de familia si ponían límite de tiempo para que sus hijos vea las caricaturas, diez madres de familia discutieron el tema y mencionaron que es difícil a veces controlarles el tiempo pues ellos mismo a veces ya saben las actividades que tienen que hacer y dejan de ver las caricaturas solos

---

<sup>7</sup> Jake es uno de los personajes principales de la caricatura “Hora de Aventura” este personaje tiene la forma de un perro color amarillo que se estira y se transforma en varias figuras para adecuarse a las aventuras que pasan en esta caricatura.

en cambio, cuatro madres y un padre de familia mencionan que francamente no tiene un límite de horas para que sus hijos vean las caricaturas.

Por otro lado, cuando se tocó el tema de que si reprenden a sus hijos o castigan si ve muchas horas las caricaturas, las madres responden que sí incluso en dos de los casos las madres mencionan que “apagan el televisor para que ya hagan sus cosas”. Sin embargo, los resultados que arrojaron los datos cuantitativos mencionan lo contrario pues los niños mencionan que no son reprendidos ni regañados por nadie si pasan muchas horas viendo las caricaturas. Con esta información puedo sostener que más del 50% de los padres que respondieron a esta pregunta subestiman el tiempo real que sus hijos pasan viendo la televisión.

Ante el debilitamiento que algunos padres manifiestan como figura de autoridad frente a las horas que pasan los niños frente al televisor. Algunos padres se encuentran en una situación de desorientación a la que no es ajena la incertidumbre sobre el tipo de estrategias de mediación a utilizar frente a tal situación.

Enlazando la idea anterior, autores como Orozco, (1988) sostienen que la familia en algunas ocasiones tiende a fincar su fuerza significativa desde la moral y en la preservación de valores y conductas así como también acerca de lo que es bueno o malo para ellos. Sin embargo, los resultados arrojan datos sumamente claros. Los padres saben que los niños ven las caricaturas pero desconocen las horas reales, los beneficios o problemas que están retomando algunos niños de los medios.

### **Reacción paterna**

En ninguno de los casos los padres ven las caricaturas acompañando a sus hijos, pues sostienen que sus actividades no les permiten estar ahí todo el tiempo con ellos. Sin embargo podría existir una posibilidad para hablar con los niños que ven en las caricaturas, en particular con cualquiera de las dos caricaturas que logramos definir. Sin embargo los niños tienen una recepción poco mediada.

Muy pocos casos muestran alguna preocupación por las cosas que los niños puedan retomar de las caricaturas.

## **Orientación del consumo**

Como punto de partida resulta significativo mencionar que casi todos los discursos que retoman los padres para justificar que la falta de autoridad sobre la compañía de los niños a la hora de la recepción televisiva es la falta de tiempo. En términos generales, cuando se tocó el tema de la compañía que se les da a los niños para elegir su caricatura favorita, sólo tres madres de familia de diecisiete respondiendo que sí les ayudan a sus hijos a elegir programas educativos, dos de estas participantes son madres de niños y sólo una era madre de una niña. Esto me hace recordar que casi un 10% de los niños que participaron en las encuestas mencionaron que gustaban los programas educativos.

Al momento de tocar el tema de los diálogos que llegan a tener los padres con los niños al principio, durante y después de las caricaturas, los padres respondieron que muy escasas veces lo hacen. Sobre todo a la hora de la violencia. Es curioso contrastar cómo las madres de familia según sus propios discursos no ofrecen a sus hijos sugerencias y consejos sobre el uso que deberían hacer del medio y que sólo sea en el tema de la violencia. En algunos casos se hacen sugerencias concretas sobre algún programa específico que se ha visto anunciado, pero no en comportamientos que reflejan.

Luego, cuando se les preguntó a las madres de familia si creían que sus hijos aprenden de las caricaturas cómo deben de comportarse con los demás se dividió el grupo. El grupo más pequeño decía que los niños aprenden como ser con los demás de otros referentes como la interacción familiar, el segundo grupo mencionaba que los niños aprenden mucha violencia.

Una madre de familia comenta:

“Los niños luego quieren imitar lo que ven y están confundidos”

“Yo creo que los niños en realidad si imitan lo que ven pero no estoy segura de que de ahí saquen como portarse con los demás”

## **Problemas con los que se encuentran los padres al momento de la recepción**

Uno de los problemas que logro entender en el tema de la recepción televisiva es que a la hora en la que los niños ven las caricaturas los padres tienen la imposibilidad de ejercer una mediación porque no se encuentran en los hogares durante una parte importante durante el tiempo de ocio de los hijos por sus responsabilidades laborales.

Esta situación expresada en todos los discursos tiene que ver, sobre todo, con aquellas familias en las que ambos padres trabajan fuera del hogar, a las que tenemos que sumar aquellas familias monoparentales en la que los hijos viven con el padre o la madre que trabaja fuera del hogar. Otras razones a las que los padres han hecho alusión son el cansancio, el hecho de que aunque uno de los padres esté en el hogar tiene tareas que hacer.

Las madres sostienen que las peores repercusiones que pueden llegar a tener los niños por no hablar de los contenidos que ven de las caricaturas es que se vuelvan violentos o que imiten acciones con riesgo. No mencionan nada sobre la educación formal del infante y mucho menos lo que pueden generar estos contenidos a la hora de comunicarse con otros niños.

## **Compañía del consumo televisivo**

En este sentido, incluso en el caso de los hijos que se quedan a cargo de terceras personas, como puede ser una asistente o los abuelos, sí les piden que los hijos hagan los deberes, y se les deja ver las caricaturas de manera solitaria si es que así lo desean.

Un padre de familia comenta:

“Los niños quieren ver las caricaturas de manera solitaria porque así no se sienten regañados de lo que ven y uno no se da mucha cuenta”

Al momento de preguntarles a las madres por qué consideraban que los niños en algunas ocasiones preferirían ver las caricaturas de manera solitaria y en muy pocas ocasiones acompañados Un padre de familia comenta:

“A lo mejor tienen la libertad de expresar lo que ven en las caricaturas como gritar o brincar como lo hacen en las caricaturas”. “Fantasear con ser como lo que ven en las caricaturas pienso”

A lo que una madre responde:

“Los niños a veces prefieren hacer sus cosas solos”

### **Preferencias televisivas**

Al momento de preguntarle a las madres de familia si sabían cuál es la caricatura favorita de sus hijos y por qué eligen esa caricatura en particular, poco menos de la mitad de las madres mencionaron que el “Chavo del Ocho” y solamente una madre mencionó que “Hora de aventura”.

Pocos padres afirman que han observado comportamientos o actitudes en sus hijos que pertenecen a la caricatura que más les gusta, la realidad es porque desconocen la caricatura favorita de sus hijos.

### **6.5 Apuntes a manera de cierre**

Después del estudio de todos los indicadores de mediación preferente y efectiva podemos afirmar de forma generalizada que la mediación familiar que los padres desarrollan en sus hogares es insuficiente porque se ejerce de forma superficial, arbitraria y transitoria. De esta forma podemos afirmar que los padres se inhiben o no ejercen con la suficiente fuerza como filtros mediadores entre sus propios hijos y los mensajes audiovisuales por lo que desde los hogares no se contrarrestan con suficiente fuerza la capacidad socializadora de la televisión.

Es importante mencionar el gran esfuerzo que hicieron tanto padres y madres así como los mismo tutores para tratar de enlazar el tema de las caricaturas como un análisis, ya que ellos mencionan que algunas ocasiones es algo tan común que no logran poner demasiada atención a algo como eso.

## 6.6 Levantando el telón, una mirada a la recepción infantil, los niños de la escuela Fray Martín de Valencia

Tal y como se ha mencionado en capítulos anteriores, el Psicodrama es una técnica muy reciente dentro del estudio de la recepción televisiva. El teatro improvisado para niños únicamente se había retomado para terapias psicológicas y como herramienta pedagógica. Sin embargo, las características que acompañan a esta técnica permiten que por medio de movimientos corporales, sentimientos y pensamientos se puedan aplicar a nuevos estudios comunicacionales.

Dentro del ámbito educomunicacional autores destacados como Inés Cornejo y Guillermo Orozco han aportado nuevas líneas de investigación aplicadas al uso y desarrollo del Psicodrama como herramienta investigativa. Dando como resultado nuevas propuestas para el análisis de la recepción infantil.

El presente apartado da cuenta de los resultados derivados de las diversas sesiones Psicodramáticas, mismas que fueron trabajadas con los niños de la escuela Fray Martín de Valencia durante un periodo de duración de casi dos meses. La estructura que comprende este capítulo es la siguiente: En un primer momento se describen los diferentes lugares en los cuales se dio parte de la improvisación de las sesiones Psicodramáticas, luego se muestra de manera general una guía Psicodramática misma que permitió llevar un orden dentro de las sesiones, aunque posteriormente cada sesión tuvo su propia guía psicodramática, luego se explica y relata

detalladamente cada una de las etapas así como la participación de los niños a la hora del juego y la improvisación.



### Etapas Psicodramáticas

- Presentación.
- Caldeamiento.
- Actividad Psicodramática comprendida por cuatro sesiones.

Luego se explica el avance y desarrollo que tuvo cada uno de los participantes dentro cada sesión. Posteriormente se habla de los desafíos que se presentaron durante la investigación. Y finalmente, se encuentran algunas notas a manera de cierre.

Más que abordar el tema de la recepción como una propuesta clásica se incluye en las siguientes líneas parte de un estudio que propició nuevas propuestas de investigación dentro de ésta y otras escuelas a nivel comunicacional. Nuevos retos por comprender y divagar.

### **Espacio de improvisación**

El escenario en el cuál se desarrolló la actividad Psicodramática fue el salón de clases. Con ayuda de la profesora(o) en turno se logró establecer el orden de las diversas etapas de las sesiones, la primera aproximación que se logró con los niños fue la presentación de la Coordinadora de la sesión Psicodramática.

Posteriormente se realizó la presentación de cada uno de los niños, empezando por nombre, edad y las personas que conformaban su familia. En esta etapa los pequeños aún reflejaban nerviosismo en el rostro, algunas niñas comenzaron a reír.

Participaron dieciséis menores como líderes de la sesiones, sin embargo el resto del grupo fungió en algunas veces el rol de actor o espectador.

La sesiones Psicodramáticas se dividieron en cuatro sesiones, las dos primeras sesiones se les proyectó un capítulo de la caricatura “Hora de Aventura” titulado “Ciudad de ladrones” en el cual los protagonistas luchan por entrar a una ciudad llena de ladrones a rescatar algo perdido para ayudar a una pequeña niña, sin embargo en el camino se encuentran con muchas adversidades y problemas que los orillan a mentir y robar para obtener lo que desean. Las dos sesiones Psicodramáticas restantes se les proyectó un capítulo diferente titulado “Desalojo” el cual habla del desalojo que viven Finn y Jake por parte de Marceline una vampira maléfica, ellos encuentran su nuevo hogar en un rincón de una cueva, el capítulo toca temas de amistad y compañerismo. El objetivo de proyectarles dos distintos capítulos fue observar si para el Psicodrama los niños elegían manifestaban temáticas violentas o de amistad. Cabe aclarar que de cada sesión se retomaron las escenas más significativas que tuvieran relación con la caricatura “Hora de Aventura”.

### Guía general para cada sesión Psicodramática

Etapas del Psicodrama	
Presentación	En esta etapa primaria se les indicó a los niños en qué consistía la dinámica, así como también se les recordó que la información que se retomara de este estudio se utilizaría únicamente con fines académicos.
Caldeamiento Tiempo estimado de 5 a 10 min.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de cada uno de los participantes por nombre</li> <li>• Ejercicios de respiración</li> <li>• Sillas en círculo para crear un ambiente de participación colectiva</li> <li>• Los niños cierran los ojos e imaginan un escenario natural, posteriormente retomamos el escenario del hogar</li> </ul>

<p>Dramatización parte 10 min por cada participante.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Presentación de uno de los capítulos.</li> <li>2. Organización de los Psicodramatistas y su puesta en escena.</li> <li>3. Recreación de escenario (dormitorio o sala) ¿Con quién te encuentras en la habitación?</li> <li>4. Psicodrama basado en un hecho real.</li> <li>5. Mediación familiar o situacional ¿Qué dice, cómo se comporta, te reprende?</li> </ol>
<p>A manera de cierre</p>	<p>Juguemos a la tienda mágica, en ella podrás comprar cosas que no encuentras en ese caricatura. ¿Qué comprarías? _____</p>
<p>Cierre</p>	<p>Intercambiar ideas Comentar la participación y actuación Aplausos</p>

## La presentación

El grupo estuvo constituido por 16 niños y niñas sentados en sillas, formando un círculo. Los niños escribieron su nombre en un papel color blanco, pegado a su suéter, con el objetivo de que la coordinadora pudiera identificar por sus nombres a los niños. A un lado de las sillas está un saco con disfraces con los cuales pueden caracterizar los personajes de la caricatura.

Antes de comenzar, se les explicó a los niños los objetivos del Psicodrama así como la información básica que sustentaba la investigación. "Estoy aquí con ustedes para llevar a cabo una investigación organizada por la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, la cual trata de ver cuáles son las actitudes y comportamientos que los niños retoman de la caricatura "Hora de Aventura".

Luego se les comentó a los niños que ninguna información que se retomara de esa sesión podría llegar a sus padres o maestros.

En un primer momento se les explico a los niños la manera en la cual se podían presentar, tomé como ejemplo mi caso y algunas niñas y niños se presentaron posteriormente del mismo modo:

Johan.- Tengo 8 años, vivo con mis papás y mi hermana más pequeña, me gusta jugar fuera de la casa cuando no estoy en la escuela.

Ivanna.- Tengo 7 años y tengo dos hermanos y vivo con mis papás.

Los niños al presentarse, dicen su nombre, edad, mencionan a los miembros que se encuentran a la hora de ver la caricatura “Hora de Aventura”

Cabe señalar que la información recabada fue construida por cuatro sesiones en las que se dividió el grupo de niños. Para cada sesión se les recordó a los niños la dinámica de su participación en las sesiones Psicodramáticas.

## **Caldeamiento**

En esta primera fase de la sesión del psicodrama, se utilizó el recurso de la imaginación, con la participación de todos los niños se logró que el grupo de niños y niñas se relajaran, esto dio cabida a las diversas experiencias de los niños de forma natural.

Las cuatro sesiones Psicodramáticas que se realizaron tuvieron la misma dinámica. Se les pidió a los niños que imaginaran un escenario natural. Antes de comenzar esta etapa los niños aún se encontraban cerrados al dialogo frente al grupo y les costaba trabajo participar y había un enorme silencio dentro del aula hasta el momento de decir su nombre. Los niños que fueron más participativos jugaron el rol de líderes grupales y aunque los dos auxiliares (maestros) otorgaron su participación desde el inicio al final, los líderes grupales como aquí los llamaremos, motivaron siempre a sus compañeros a cerrar los ojos, no hacer trampa y seguir la dinámica de manera ordenada.

A continuación se presentan algunas participaciones de los niños a la hora del caldeoamiento:

COORDINADORA.- Ahora me gustaría que comenzaran a utilizar la imaginación, ¿Me ayudan?... Imaginen que están caminando por un bosque, ¿qué es lo que logran ver?

Valentina.- este... yo veo plantas y son color verde.

Johan.- mm... yo me imaginé a unos quetzales y que un arcoíris caía sobre nosotros.

Ivanna.- Este...Yo veo muchos árboles grandes.

Fernando.- mm, este... sólo veo el suelo café y un chorro de hormiguitas.

Yael.- Ay, yo veo varias hojas que se caen de los árboles.

COORDINADORA.- Piensen que es un bosque en donde solamente ustedes pueden crear cosas, ahora vamos a imaginar que se transforman en un pequeño animal, piensen qué animal les gustaría ser... ¿listos?

COORDINADORA.- Ahora es momento de hacer el sonido del animal que más les guste. ¡Listos!

Ivanna.- ¡Yo soy un pato, Cua, cuac!

Ayde.- ¡Soy un pájaro, pio pio pio pio!

Diego.- Mmm... yo quiero ser un perrito, (saca la lengua)

Johan.- ¡Soy un mono, u ha u ha estoy mordiendo, ah! y le estoy quitando los sombreros a la gente que pasa por ahí (se escuchan risas de sus compañeros)

Justo en este momento del caldeamiento en el que se escuchan los sonidos de los animales, se da un efecto dominó entre las risas de los participantes. El ambiente se comienza a relajar y la voz de los niños se nota más alegre.

COORDINADORA.- Ahora, les pido que imaginen que van caminando de vuelta a su casa y vamos a salir poco a poquito el bosque, ¿logran ver su casa? Los niños comienzan a guardar silencio y mencionan:

Sophia.- Mmm, Yo veo la puerta de mi casa, tiene el tapete en la entrada.

Fernando.- Yo veo la puerta azul de mi casa y rechina como siempre.

Yael.- Veo la puerta blanca de mi edificio pero está bien chiquita mi casa.

Valentina.- Veo la entrada es toda negra y las ventanas blancas pequeñas donde mi mami tiene plantas.

COORDINADORA.- Muy bien, ahora vamos a volver a nuestros lugares, (los niños vuelven a las sillas que se encuentran en forma circular), ahora es el momento en el que por fin ustedes pueden actuar alguna experiencia que se acuerden. (Los niños toman su lugar).

COORDINADORA.-Por ejemplo Ángel, (otro niño del grupo), vamos a suponer que recuerdas un experiencia que hayas tenido que te recuerda la caricatura “Hora de Aventura”, para ello puedes pedirle algún compañero que sea parte de esa escena, ¿de acuerdo?

Grupo.- “Sí maestra yo quiero comenzar a actuar” (los niños levantan la mano y brincan como pidiendo su turno gritan ¡yo, yo!

## 6.7 Dramatización

En esta parte del Psicodrama se logró que los niños se sintieran en mayor confianza con ayuda del caldeamiento. Algunos de niños señalaban con gran emoción que querían participar en la sesión. Para esto los niños se acomodaron nuevamente en círculo, luego se les indico a los niños que podían elegir a algunos de sus compañeros para iniciar con el juego cotidiano.

Recordemos que durante esta etapa del Psicodrama se requiere de la participación de los niños de manera natural, recordando alguna experiencia vivida con alguna persona que ven cotidianamente y con la cual asocien la caricatura “Hora de Aventura”. Para este momento los niños del grupo ya estaban totalmente relajados y participativos, los líderes Psicodramatistas comenzaron a pedir su participación como primer lugar en la sesión.

### Sesión 1

<i>Guía Psicodramática Sesión 1.</i>	
Presentación	Se hace la presentación al grupo de los integrantes que conforman la sesión. Así mismo cada uno de los participantes se presenta por nombre edad y los integrantes que se encuentran al momento de ver la caricatura “Hora de Aventura”
Caldeamiento Tiempo estimado de 5 a 10 min.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ejercicios de respiración</li><li>• Sillas en círculo para crear un ambiente de participación colectiva</li><li>• Los niños cierran los ojos e imaginan un escenario natural, posteriormente retomamos el escenario del hogar</li></ul>
Dramatización parte 10 min por cada participante.	<ol style="list-style-type: none"><li>6. Presentación de uno de los capítulos. (Desalojo)</li><li>7. Organización de los Psicodramatistas y su puesta en escena.</li><li>8. Recreación de escenario (dormitorio o sala) ¿Con quién te encuentras en la habitación?</li><li>9. Psicodrama basado en un hecho real.</li><li>10. Mediación familiar o situacional ¿Qué dice, cómo se comporta, te reprende?</li></ol>

A manera de cierre	Juguemos a la tienda mágica, en ella podrás comprar cosas que no encuentras en esa caricatura. ¿Qué comprarías? _____
Cierre	Intercambiar ideas Comentar la participación y actuación de los compañeros así como los sentimientos que tienen respecto a la caricatura. Aplausos

Los protagonistas de la sesión 1.	Cuatro niñas y niños auxiliados por la misma audiencia para desarrollar su participación.
Coordinadora:	Karen Gabriela Vizcaya Martínez.
Los Yo-auxiliares	Profesora Laura
El Escenario:	El salón de clases tomado como un espacio de realidad suplementaria.
Audiencia	Los estudiantes del grupo.
Utilería Psicodramática	Una caja de cartón a manera de televisión, disfraces, pelucas, capas, espadas, sombreros, vestidos.

### **Primera Escena, sesión 1. Valentina 7 años.**

*Valentina actúa la escena en la cual está viendo las caricaturas antes de comenzar con su experiencia, sostiene que prefiere ver las caricaturas con su hermana mayor pues lo que ella no llega a entender de la caricatura se lo pregunta a su hermana antes de que se vaya a la prepa, le gusta ver la caricatura "Hora de Aventura" por las locuras que hacen y las palabras chistosas que usan"*

COORDINADORA.- Hola, Valentina nos puedes contar ¿dónde te encuentras viendo las caricaturas?

Valentina: Estoy en el cuarto de mi casa, aún estoy con mi pijama es como la mañana, antes de que Alondra se vaya a la escuela. (Alondra es la hermana mayor de Valentina).

COORDINADORA.-Correcto y cuéntenos ¿quién elije lo que ves en la televisión?

Valentina: Yo solita, luego mi hermana Alondra le cambia en los comerciales a sus videos de música y así...

COORDINADORA.-Y cuando ves la televisión dónde están tus padres en ese momento.

Valentina: en la semana mi mamá ya está en el trabajo por que entra bien temprano a trabajar, mi tío está en la computadora y la que me cuida es esta Alondra. Luego voy a picarle a la compu un rato y veo las caris y así.

COORDINADORA.- Ok, ahora vamos a experimentar un momento de tu vida Valentina. Cuéntame, ¿Dónde estás ahora?

(Alondra cierra los ojos para imaginar el nuevo escenario donde quiere estar, abre los ojos y sonrío)

Valentina: Ya sé, ahora estoy en mi escuela con mi mejor amiga.

(Valentina se pone de rodillas y toma de la mano a una de sus amigas de grupo para que participe)

COORDINADORA.- Dime, ¿qué están haciendo tú y tu amiga?

Valentina: Estamos en el salón de clases (Se ponen de frente y simula que platica con su amiga)

COORDINADORA.- ¿qué pasa cuando juegan entre ustedes?

Valentina: Estamos platicando, de repente llega Alejandro y me empieza a molestar, me dice “Hola chimuela”, me empieza a jalar del suéter, ella me va a ayudar a reclamarle.

COORDINADORA.- ¿De qué formar ustedes responden a las cosas que Alejandro les dice?

(Valentina se levanta del suelo y se apoya de otro compañero para que personifique a Alejandro, Rene le ayuda)

Rene personificando a Alejandro.-Estas bien chimuela y bien fea así Valentina (toca su hombro, le da un ligero golpe a Valentina y se echa a correr)

COORDINADORA.- Cuando alguien como Alejandro te molesta cómo decides actuar.

Valentina: Pues a veces si está mi amiga si le pegamos entre las dos o le decimos al maestro que nos están molestando los de sexto porque ellos por ser grandes luego nos dicen cosas también.

COORDINADORA.- Oye Valentina y dónde has visto que golpeando se pueden arreglar los problemas.

Valentina: Mmm, pienso que de los niños más grandes, también de algunas caricaturas, en algunas veces en Hora de aventura Marceline, esa vampira que es mala golpea con su guitarra a los malos y así los asusta o les grita. Aunque ya sé que es malo pegar. (Valentina agarra un tubo cilíndrico que esta tirado en el piso y ejemplifica los golpes que hace el personaje en la caricatura con su compañera más cercana y comienza a correr detrás de ella).

COORDINADORA.- Quién te dice que es malo golpear.

Valentina: La maestra dice que es malo y no debemos de llevarnos pesado que no debemos de hacer todo lo que vemos en la televisión, mi mamá dice que no me deje que yo también les pegue que no me deje. Pero a veces hago lo que veo.

COORDINADORA.- Bueno, vamos a ver, si tú pudieras hablar con los personajes de la caricatura Hora de Aventura qué les dirías de lo que te enseñan.

Valentina: Creo que algunas cosas que veo en su caricatura es bueno, pero no me enseñen hacer cosas que no debo ni pegar, no me enseñen esas cosas porque me regañan y por qué es malo.

COORDINADORA.- Valentina ¿Hablas con alguien de las cosas que ves en la caricatura Hora de Aventura y te explican por qué es bueno o es malo?

Valentina: Con la única que hablo más es con Alo mi mamá a veces si me explica pero mi hermana es con la que hablo más de lo que aprendo de la tele.

### **Segunda Escena. Sesión 1 André 8 años**

*André dice que le gusta ver las caricaturas con su familia, lo hacen en la noche un rato cuando llega su Mamá y mientras sus hermanas hacen la tarea después que llegan de la escuela, están al cuidado de su abuela, habla poco con su mamá de las cosas que ve en las caricaturas.*

COORDINADORA.- ¿Hola André, vamos a comenzar, dónde estás ahora, en casa?

André: Sí, estoy con mi papá, con mi mamá y mis dos hermanas.

COORDINADORA.- ¿Y quién está cuando ves las caricaturas?

André: Mmm mi mamá, algunas veces la ve ahí conmigo. Se queda nomas un rato ya luego se va.

COORDINADORA.- ¿Dónde está tu mamá?

André: mi mamá está en la cocina y yo estoy acostado en el sillón solo.

COORDINADORA.- Correcto, ahora cuéntame, tú buscas el control de la televisión y le cambias o ¿te sabes de memoria los canales?

André: mmm, ahora prendo la tele, como soy el único que ve la televisión entre semana, casi siempre le dejan en el canal 5, a veces veo la caricatura. Le pido a mi mamá su celular para jugar mientras veo la tele. A veces veo las caricaturas como a la una de la tarde aunque llegue un poco tarde a la escuela. (Se estira en el sillón simulado por una pequeña cobija, parte de la utilería)

COORDINADORA.-Correcto, ahora es tú turno de actuar.

(André se levanta, se acerca a su compañera y le pide a su compañero que le ayude a representar a uno de sus mejores amigos).

COORDINADORA.- ¿André, cuéntame que haces, dónde estás ahora?

André: Estoy con mi mejor amigo, en un lugar cerca del parque, pues ya encontramos un tipo balón, pensamos que estaba ponchado, bueno no, no estaba ponchado si no que mi amigo José Luis de repente está comenzando a patearlo y de repente se empezó a desinflar.

José Luis.- (El niño que le ayuda a actuar toma su suéter, lo hace bolita y comienza a patearlo)

André: Y entonces estamos así medio pateándolo aunque esté desinflado, cuando de repente...

(André le pide a otra niña que le ayude a representar a una señora, la niña de apoyo pone cara de enojada)

Señora.- “Van a ver chamacos”

(Los comienza a corretear por el círculo)

André: Ah y la señora ya salió y nos regañó y nos empezó a gritar y mi amigo José Luis empezó a chillar... (André le da un pequeño golpe con el codo a su amigo para llamar su atención<sup>8</sup> y corren alrededor del círculo).

COORDINADORA.- ¿Y tú cómo actuaste?

André: Estamos corriendo y José Luis anda diciendo que su mamá lo va a castigar, como su mamá es bien estricta y regañona pues piensa que si la señora nos alcanzaba y le decía a su mamá pues hasta lo cambiaran de escuela.

José Luis.- El niño de apoyo, se pone a gritar y finge que está llorando, jala del suéter a André

(Los niños del grupo están en silencio observando cómo actúan sus compañeros).

COORDINADORA.- ¿Y tú como amigo de José Luis cómo lo apoyas para salir de esta situación?

(André se para frente a su amigo, lo toma del hombro)

---

<sup>8</sup> La acción de golpear con el codo a su amigo para llamar su atención se logra observar en el capítulo “Hora de Aventura” en el capítulo Ciudad de ladrones en el cual Finn trata de llamar la atención de Jake golpeando con su codo a su amigo.

André.- Ya, amiguito, tenemos que hablar con tu mamá, bueno no debemos escapar porque debemos decir la verdad y decir que fue un accidente.

COORDINADORA.- ¿Si tuvieras los poderes de uno de los personajes cómo actuarías para solucionar el problema?

(André corre y agarra un su regla de metal y la desenfunda como una espada voladora, comienza a agitarla) “Yo, te voy a salvar siempre amigo y no debes de decir mentiras”

André dice.-y entonces desde ahí José Luis dijo siempre dice que soy su mejor amigo así como Fin y Jake. Aunque a veces se ellos también se pelean pues son amigos ¿no?

COORDINADORA.- ¿Y qué haces tú André cuando te das cuenta que Jake y Finn se parecen mucho a ti y tu amigo?

André.- Pues a veces le trato de ayudar a José Luis cuando jugamos, nos golpeamos pero así despacito y pues siempre le digo que debemos de decir la verdad, porque este Finn siempre le dice a Jake ¡Ay hermanito<sup>9</sup> las mentiras no son buenas!, ¡soy perro viejo guau!

### **Tercera escena, sesión 1 Andrea.**

*Andrea dice que tiene un hermano pequeño con el que no puede hablar, le gusta ver la caricatura “Hora de Aventura” mientras come y menciona que a veces saca frases que le gustan de las caricaturas.*

COORDINADORA.- Dime, ¿Dónde estás ahora y qué hora es?

**Andrea.-** Estoy con mi mamá en la casa, es en la tarde cuando llego de la escuela, estoy viendo la televisión con ella, pero ya vamos a salir.

COORDINADORA.- ¿Cuéntame ahora a dónde van?

---

<sup>9</sup> La frase es utilizada para referirse a sus amigos

**Andrea.-** Estamos mi mamá y yo me está comprando unos juguetes a mí y a mis hermanitos... y ya estamos jugando pero por andar así los juguetes se nos pierden ahí a donde estamos.

COORDINADORA.- Dime, ¿qué hacía tu mamá mientras ustedes jugaban?

**Andrea.-** Está platicando con una señora que se encontró en el Soriana.

COORDINADORA.- Correcto y ¿qué hacen cuando no encuentran los juguetes?

(Andrea y los participantes del Psicodrama comienzan a poner cara de angustiados y a hablar en secreto)

**Andrea.-** Pues nosotros tenemos mucho miedo porque no sabemos cómo decirle a mi mamá que se nos perdieron los juguetes y pues ya mejor no le decimos ya. Pero a veces me siento cuando se me pierden cosas imagino que tengo un súper poder de estirarme hasta arriba, muy alto y así poder buscar lo que se me perdió.

(Andrea, da un salto de repente, alza las manos hacia el cielo y se levanta de puntitas, estira su cuerpo como para que alguien tome su mano)

(Michell toma la mano de Andrea y se van caminando como si nada pasara)

COORDINADORA.- Entonces cuando su mamá no se da cuenta ¿ustedes cómo resuelven el problema?

**Andrea.-** Nada más estamos caminando y caminando, pero mi hermana anda diciendo que tenemos que decirle la verdad a mi mamá aunque se enoje. Ella como es la mayor pues siempre me dice que no ande yo diciendo mentiras.

(Otra niña que actúa como si fuera la mamá simula que prepara comida)

**Andrea.-** Tengo una idea vamos a decirle pero así llorando, luego ya le queremos decir y mi mamá nos pregunta que ¿por qué lloramos?

(La niña de apoyo que interpreta a la mamá de Andrea se acerca a ella y le toca la cara como limpiando las lágrimas)

COORDINADORA.- Cuando tú y tus hermanos se dan cuenta que su mamá no los va a regañar ¿cómo actúan?

**Andrea.-** Ya al último cuando vemos que mi mamá no nos pega pues nos sentimos contentos y ya vivimos felices para siempre.

(Se escuchan risas entre los participantes y así finaliza Andrea su participación).

#### **Cuarta escena, sesión 1 Estefany**

(Los niños se organizan nuevamente en grupo para la siguiente escena, se logra identificar que dentro de cada grupo uno de los niños juega el papel de actor principal pues es el primero que propone alguna vivencia).

*Estefany vive con su papá en un departamento pequeño, dice que no le gustan las caricaturas que ve su hermanito porque son aburridas, por eso ella prefiere ver las caricaturas por cable o en internet, usa la Tablet de su papá para ver y jugar en Cartoon.*

COORDINADORA.- Vamos a comenzar con la siguiente participación, les pido guarden silencio y pongan atención a lo que nos presentarán sus compañeros.

(Para esta escena los niños ya comenzaban a tener más confianza, hablaban entre ellos, las cosas que querían actuar ya sin nervios)

Estefany.- Yo estoy en una juguetería

(Enlaza sus manos como si estuviera cargando algo)

Estefany.- Yo estoy en una juguetería, agarro un juguete pero mientras agarro ese se jala otro y lo tiro. Y luego, luego que llega el dueño del lugar.

Dueño (representado por Daniel): “Se acerca al juguete en el piso, lo mira y comienza a mover los brazos como si estuviera barriendo el suelo muy molesto”

Estefany.- Corro hacia el otro pasillo (corre y se barre en el piso del salón) y mi mamá está platicando con el dueño antes de que se callera, luego los dos se dan cuenta que fui yo y comienzan a decirme de cosas.

Mamá (representado por Daniel) mueve las manos como si le fuera a pegar a Estefany, se acerca al cuerpo de Estefany la jala del brazo.

COORDINADORA.- ¿Qué sentimiento tienes al notar que tu mamá está molesta por un accidente?

(Estefany deja de sonreír al momento de esta pregunta, se queda seria)

Estefany.- Tengo miedo, porque veo a mi mamá preocupada pero al final no me regaña. Le dije la verdad.

COORDINADORA.- Puedes decirme, dónde has escuchado que se debe decir la verdad cuando ocurre algo que te causa un problema.

Estefany.- A veces mi mamá nos dice que mentir es malo, también así cuando veo Hora de aventura ahí luchan y dicen que siempre debes decir la verdad. Como este Jake el otro día se mete en problemas y tienen que andar mintiendo y luego dicen que no, que eso es malo.

COORDINADORA.- ¿Hablas con tu mamá o papá de lo que es real de las caricaturas?

Estefany.- La verdad no hablo de lo que veo en las caricaturas, porque mi mamá anda cuidando a mi hermanito y córrele a hacer la comida.

COORDINADORA.- ¿Si actuaras como tu mamá que le preguntarías a Estefany de las caricaturas?

Estefany.-Dime hija, que viste hoy en las caricaturas mi amor, ¿aprendiste cosas nuevas? Jajaja, no sé me gustaría que me dijera por qué algunos personajes tienen poderes y yo no puedo hacerlos así igual.

### **Primera escena, Sesión 2. Johan 10 años.**

*Johan menciona que no le gusta ver las caricaturas con su hermano pequeño porque es muy ruidoso y chillón, comenta que cuando vivía en Estados Unidos veía alrededor de seis horas las caricaturas y alternaba con video juegos su tiempo libre. Dice: "Cuando mi mamá quiere que deje de ver las caricaturas sólo me da un golpe bien fuerte en la cabeza y me grita ¡Ponte a hacer el ya el quehaceres!"*

(Johan le indica a Daniel que él actuara como si fuera su papá, le cuenta en voz baja lo que actuarán así como también le da indicaciones de como habla su papá y que camine como él)

Johan.- Estamos yo mi mamá y mi papá estamos jugando en el parque, mi mamá está en su bicicleta. Luego yo y mi papá empezamos a jugar futbol, mi papá lanza bien alto el balón, cayo y él lo pateó y yo estoy haciendo una cabecita bien fuerte.

COORDINADORA.- Cuando juegas futbol con tu papá ¿siente que los juegos tienen un límite?

Johan.- A veces, pero casi siempre yo le pego bien fuerte como si tuviera súper poderes y este día estoy jugando y quiero volar el balón bien fuerte pero se me va a la carretera y tengo miedo porque mi mamá se enojará si el balón se poncha.

COORDINADORA.- En el momento en el que se te vuela el balón puedes salvar tu balón con algún súper poder ¿lo haces?

Johan.- Naaa, cuando juego a tener los superpoderes es cuando estoy en mi casa, pero aun así pues uno nunca debe tener miedo, yo he visto que eso es ser bien valiente.

COORDINADORA.- Puedes contarnos ¿dónde has escuchado lo que es ser valiente?

Johan.- En las caricaturas que yo veo luego pasan los superhéroes y enfrentan a los malos así sin miedo le dan sus pataditas y unos golpes y así logran lo que quieren.

COORDINADORA.- ¿Recuerdas alguna caricatura en particular?

Johan.- Pues en Un show más cuando tiene problemas se juntan todos y piensan y ya lo resuelven o en “Hora de Aventura” con el perro ese amarillo que es su amigo y saca su espada y patea a los malos y les da golpes así fuertes también en el Chavo del Ocho.

(Antes de Finalizar se le pregunto a Johan ¿cuál es el papel que actuaba Daniel si sólo el papel de su Papá o cuál? A lo que Johan responde:

Johan.- Pues él también es la mamá.

(Los niños comienzan a señalar y ríen a carcajadas de Daniel, está claro que a los niños les parece gracioso que Daniel actué en el papel de una mujer si es un niño. Algunos niños se paran de su silla y comienzan a acercarse a Daniel, lo empujan, le dicen “tú no puedes ser la mamá eres niño, siguen las burlas)

COORDINADORA.- A ver niños, vamos a guardar silencio y terminemos de escuchar a su compañero por favor.

(Se detienen las risas y los niños vuelven a su lugar)

Johan.- Bueno... a veces lo que me pasa me hace pensar que nunca uno debe tener miedo y enfrentar las cosas.

**Segunda escena, sesión 2. Paola 8 años.** *Paola dice que aparte de las caricaturas, le gusta ver la novela con su mamá y su abuelita. Menciona que le aburren las caricaturas por la noche y que en varias ocasiones le han comprado juguetes de los personajes de la caricatura Hora de Aventura.*

Paola se presenta y actúa la escena cotidiana de cuando ve la televisión, ella se sienta en la silla y asegura que es el sillón de su casa, comenta que ve la televisión con su hermanita, esto le permite imaginar un mundo nuevo porque brinca en los sillones y así sus papás no la ven y no la regañan.

(Los niños por sí solos se comienzan a organizar, toman parte del vestuario del saco y se colocan pelucas)

COORDINADORA.- En este momento vamos a comenzar con una nueva participación, ¿están listos?

(Los niños se sientan nuevamente en sus lugares y se escucha un silencio en el salón)

COORDINADORA.- ¿En este momento dónde estás Paola?

Paola.- Estoy en la sala acostada en el sillón viendo la televisión, mi mamá esta con mi abuelita afuera regando las plantas, casi siempre es así porque ya es el sábado.

COORDINADORA.- Vamos a comenzar a actuar, ahora ¿dónde te encuentras?

Paola.- Pues voy a actuar como un día que salí a salir con mi tía y mis dos hermanitos pero luego comenzó a llover bien fuerte y nos mojamos, nos mojamos y nos mojamos así bien feo.

La Tía.- (es representada por Estefany) trata de arropar a los dos niños de la lluvia. Se quita el suéter y los niños comienzan a temblar de frío.

Paola.- Pues ya, estamos bien mojados que nos ponemos a jugar ahí en la lluvia.

(Comienza a patear el suelo como si jugara con el agua)

Paola.- Pues mi hermano empezó a empujar el agua con el pie aunque mi tía le andaba diciendo que no. Yo me caigo y él se ríe, él es así de loco, siempre juega pesado.

COORDINADORA.- En este momento en el que estás jugando, ¿logras recordar algo que te recuerde a la caricatura Hora de Aventura?

Paola.- Sí, cuando a veces juego pesado con mi hermano lo hago porque sé que no pasa nada, lo que veo en las caricaturas sé que no es de verdad, ¡Ay cosas que son de mentiritas! aunque si nos sale sangre no hacemos todo lo que vemos así, sólo lo que vemos que no es de peligro a veces lo intentamos.

COORDINADORA.-Paola, ahora puedes actuar como tu mamá. (Señora dígame, ¿usted cree que las caricaturas hacen que Paola y su hermano sea violentos?

Paola.- Mira ese chamaco es grosero de por sí, luego se pone a pelear con Paola y tengo que ir a calmarlos, yo no creo que por que ven esa caricatura Paola sea así pero el que más le hace así como esos muñecos es mi hijo Manuel.

(Se escuchan risas entre los participantes) (Paola junta sus manos como si tuviera pena pero sigue actuando)

COORDINADORA.- Paola ahora te pido que nos sigas contando que paso con el día de la lluvia.

Paola.- Pues cuando llegamos a la casa mi mamá me empezó a decir: ¿Quién inventó la idea de andarse mojando ayer eh?

(Cruza los brazos y mueve el pie derecho tomando una postura de enojo)

Mamá.- (Valentina le ayuda a Paola a representar a su mamá) cruza los brazos enojada y con la cara seria comienza a regañarla.

Valentina, representado a Mamá.- Les di permiso de ir con su tía pero no les dije “escuincles vayan a mojarse, ahora vean como están

Paola.-Él (señala a su hermano representado por Johan) me dijo que tú nos habías dejado jugar en el agua.

Johan (representando al hermano le grita) “Mentirosa, mentirosa yo no te andaba diciendo eso eres re chismosa”

Valentina, representado a Mamá.-“A ver ¿quién invento la idea?, les voy a dar sus pataditas”

Paola.-Al otro día ya teníamos que ir a la escuela porque ya eran los exámenes y... este... faltamos y este. Y ya no nos dieron la boleta y nos regañó peor mi mamá.

Valentina, representado a Mamá.-“Pero tenían exámenes, ya ven con sus tarugadas y tenían exámenes y la maestra esa no me va a querer dar la boleta”

COORDINADORA.- Paola ¿qué sentimiento tienes cuando la realidad de lo que vives no se parece a lo que ves en las caricaturas?

Paola.- pues la verdad, ya nos sentíamos bien mal mis hermanos y yo por la gripa y luego nomas nos andaba regañando mi mamá, luego por eso veo que no puedo hacer cosas que veo ahí luego por eso que paso...esos días ni nos dejó ver la televisión.

### **Tercera escena, sesión 2. Aldo 8 años**

*Aldo sólo tiene un hermano menor, menciona: “como mi hermano es más pequeño, pues me dejan ver la caricatura “Hora de Aventura” en la mañana antes de irme a la escuela. Comenta: Mi mamá en algunas ocasiones me pide que deje de comportarse grosero y ya no me deja ver la tele, “a veces le cambia a los programas donde pasan puros animales”.*

(Aldo le pide a sus dos de sus compañeros que les ayuden a protagonizar a dos de sus mejor amigos)

Aldo toma del saco de disfraces y saca una capa color rojo, Alan actúa como protagonista.

COORDINADORA.- ¿Alan, cuéntame dónde estás viendo las caricaturas y que horas es?

Aldo.- Mmm...estoy en el cuarto jugando con la computadora en Cartoon y viendo las caricaturas ya son como las 8.

COORDINADORA.- ¿Alan, cuéntame, desde el cuarto donde tú estás algún adulto puede ver lo que haces en la computadora o vez en la televisión?

Aldo.- No, mi mamá está platicando por teléfono con la señora que le vende zapatos y luego me grita que haga la tarea pero no le hago caso.

COORDINADORA.- ¿Alan, por qué eliges hacer dos cosas en vez de hacer la tarea?

Aldo.- como mi mamá a veces no me ayuda a la tarea pues luego veo Hora de Aventura primero, luego juego y luego ya saco los cuadernos así no me aburro pero luego ya se me hizo bien tarde y me regaña mi papá.

COORDINADORA.- Ya entiendo, ahora puedes comenzar a actuar, ¿Alan, cuéntame dónde te encuentras?

Aldo.- Mmm... estoy con mis amigos en el parque enfrente de mi casa, siempre le gritamos desde acá abajo a Jorge.

(Aldo se sienta en una caja, dice que es la banqueta de su casa, los demás compañeros siguen su actuar)

COORDINADORA.- Bueno Aldo, pero antes de eso plátame ¿Por qué llevas una capa roja, vas a hacer algo con ella?

(Aldo agacha la cabeza y sonrío, se levanta y se acerca a sus compañeros, los toma de los hombros y hacen un pequeño círculo)

Aldo.-Vamos a jugar con mi perro, me puse esta capa porque me gusta ser un superhéroe y resolver problemas junto con mis amigos y así.

COORDINADORA.- Aldo, ¿podrías ponerme un ejemplo?

Aldo.-Sí, es que mi perrito es nuestra mascota, se llama Jake como el de la caricatura.

(Aldo toma un pedazo de tela y lo amarra a una cinta, crea la apariencia de su perro)

COORDINADORA.- ¿Qué aventuras han pasado con Jake y tus amigos?

Aldo.-El otro día andábamos jugando en los juegos de mi casa y yo subí a Jake por las escaleras a la casita del pasamanos, me andaba pasando y pasando por el pasamanos hasta que ya no aguante y me caí, el Joshua (su mejor amigo) no se dio cuenta y me andaba gritando que fuera a jugar a aventar piedras con él.

Fernando protagonizando el papel del mejor amigo de Aldo.- Oye no seas niñita y ven acá.

(Aldo se sube a una silla y luego baja de un brinco, le grita qué pasa amiguito)

Aldo.- No soy niñita tontote, ya deja aventar piedras. Fernando protagonizando el papel del mejor amigo de Aldo.- Mira ya le pegamos a esa niña con una piedra

(Aldo avienta la tela que juega el papel de su perro Jake)

Aldo.- grita fuerte, Jake, amigo, ayúdame a salvar a esa niña.

(El grupo de niños comienza a reírse y se escurra entre risas “Ay aja ni le iban a ayudar”

Aldo.-Pues el Jake le corrió y se le encimo al Joshua, le andaba mordiendo el brazo pero despacito luego Joshua me dijo “ya amigo por favor, ya no hare eso”.

Aldo.- Pienso que el Jake ese día me ayudo a que este Joshua no estuviera ahí de grosero aventando piedras y es que luego mi mamá me regaña por que llego lleno de polvo de los juegos.

COORDINADORA.- ¿Piensas que Jake por llevar ese nombre y ser un perro se parece al de la caricatura?

Aldo.-pues sí, además siempre está conmigo y somos amigos.

COORDINADORA.- Aldo, ahora imagina que puedes hablar con uno de los personajes de la caricatura Hora de Aventura ¿Qué le dirías de lo que te aprendes?

(Aldo piensa unos minutos, después contesta sin sigilo)

Aldo.-Esta bien chido cuando me enseñas a salir de los laberintos y a defenderme de los malos, pero luego por hacer cosas como tú me regañan, me gustaría tener tu poder de estirarme y ya sólo eso le diría.

COORDINADORA.- ¿Por último Aldo, algún día haz platicado con tus papás del por qué te gusta de la caricatura Hora de aventura?

Aldo.-Mmm casi no porque mi papá cuando pasa a la escuela por mí va hablando por teléfono y mi mamá pues me compro unos muñecos de “Hora de Aventura” pero no me pregunta nada pregunta ni nada, sólo me lo compra y ya.

#### **Primera escena, sesión 4. Yael 8 años.**

*Yael comenta que casi siempre ve las caricaturas de manera solitaria en la sala y sostiene que en muy pocos casos habla con sus padres de lo que ve en la caricatura, varias de las actitudes que muestra Yael son el reflejo de cosas que apropia de la caricatura, su mochila es la cara de uno de los personajes de la caricatura.*

(Yael, otro de los niños que participan en el psicodrama levanta la mano y se propone como siguiente participante de la sesión)

COORDINADORA.- ¿Hola, donde te encuentras en este momento?

Yael.- Ha estoy tirado en la sala, no más viendo las caricaturas, luego le ando cambiando cuando hay comerciales.

COORDINADORA.- ¿Y quién se encuentra contigo mientras ves las caricaturas?

Yael.- Pues mi mamá me anda preparando el lonche para llevarme a la escuela y mi papá está en la computadora, es en la mañana antes de irnos todos.

COORDINADORA.- ¿Y qué programa ves en la televisión y qué te recuerda?

Yael.- Ah, estoy viendo “Hora de aventura” antes de irme a la escuela, jajaaja, luego por andar viendo las caricaturas se me hace tarde porque mi mamá me deja cambiar sólo. Veo las caricaturas y me acuerdo de ese día que se me hizo tarde para llegar a la escuela.

(Yael se levanta de la pequeña tela del suelo que representa su sillón, toma su mochila a prisa, la pone en su hombro y comienza a rodear el círculo)

COORDINADORA.- ¿A dónde te diriges ahora?

Yael.- Ah, voy corriendo a la escuela y escucho el timbre antes de que cierren la puerta, la maestra está en la entrada y ya no me quiere dejar pasar.

(Yael cierra el puño como si quisiera golpear la puerta, repite esto varias veces y luego se ríe, se da cuenta que es imposible abrirla así, se rasca la cabeza como pensando que hacer)<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> En varios capítulos de la caricatura Hora de Aventura Jake el perro color amarillo, utiliza este gesto de para pensar en la solución de un problema.

COORDINADORA.- ¿Y en esta situación le dices la verdad a la maestra para que te deje pasar?

Yael.- Mmm... Es que mejor digo una mentira porque el otro día vi que el Jake dice una pequeña mentira para ayudarlo a su amigo pero es una mentira buena.

COORDINADORA.- ¿Entonces consideras que es válido decir pequeñas mentiras para no meterte en problemas?

Yael.- Ay pues a veces sí porque ni modos que le diga a la maestra que me quedé viendo la tele. Luego mi mamá le dice que me quedé dormido.

COORDINADORA.- Como esta ocasión o en cualquiera, puedes actuarnos como tú mamá y contarnos ¿qué te dice?

Yael.- Jajajaja se ríe, ¡Ay viejo, este chamaco nada más anda repite y repite lo que ve, ya le di varios manazos pero no entiende, ya no le compres nada ya!

COORDINADORA.- ¿Y tú hablas con tu mamá del tema de decir mentiras o lo que ves en las caricaturas?

Yael.- Pues la verdad no, luego solo me dicen que no repita las groserías que no me aviente de nada, a mí me da arta risa.

### **Segunda escena, sesión 4. Abram 7 años**

*Abram tiene dos hermanos, gran parte del tiempo ve las caricaturas en la papelería de su mamá, prefiere ver las caricaturas llegando de la escuela. Menciona que su papá se ríe de cosas que él hace de las caricaturas y que algunas de las groserías que no lo dejan repetir que dicen las caricaturas son las que dice su papá.*

(Abraham, otro niño que participan dentro del psicodrama levanta la mano y propone que la siguiente sesión sea de algo que paso ese día en el salón)

COORDINADORA.- ¿Hola, donde te encuentras en este momento?

Abram.- Estamos en el salón de clases

COORDINADORA.- ¿Qué nos vas a representar esta tarde?

(Abram le pide a Jesica que finja que tira su lapicera al suelo)

Abram.- Pues yo estaba así pasando para pedirle un sacapuntas a este Alan

(Abram camina entre los niños, va agitando las manos y grita “Ay mamacita”)

Abram.- Que le tiro de un trancazo la lapicera a esta Jesica. Y el Lalo que se empieza a reír y que la pateo y nadie le ayudaba a recogerla del suelo pero yo le dije que no había sido mi culpa.

COORDINADORA.- ¿cómo actuaste cuando te diste cuenta que te estaban culpando de algo sin querer?

Abram.-Pues que voy y pas que le doy un golpe a Lalo pero despacito y que le digo no seas mentiroso yo no sé la tire al propósito.

(Los niños comienzan a reír y le gritan “Dile que eso no le dijiste al maestro”)

COORDINADORA.- ¿Abram, pensaste que golpearlo era la mejor manera para hacer que Eduardo ya no te hiciera burla?

Abram.-Nomás le pegue poquito (Vuelve a cerrar la mano y le pega en a Eduardo) y si porque si no, no se calla y ya luego le dije al maestro que había sido sin querer.



COORDINADORA.- ¿Jesica cómo reaccionó al ver sus colores tirados y que se estaban riendo?

Abram.-Pues su amiga le ayudo a recogerlos y pues estaba como enojada, los recogió y luego luego fue con el maestro a acusarme.

(Jesica finge que recoge sus colores del suelo y le dice: No andes tirando mis colores, eres un tonto Abram)

Abram.-Ya cuando el maestro vino a decirme, le dije que no había sido mi culpa y Jesica me andaba echando ojos

feos con sus amigas.

COORDINADORA.- Abram, puedes actuar ahora como si tu fueras la caricatura “Hora de Aventura” qué es lo que le quieres enseñar a los niños cuéntanos.

Abram.-Pues yo paso capítulos alegres y los divierto para que no se aburran cuando están solos, a veces también les enseño cosas de resolver problemas, también de los amigos y a luchar contra los malos pero les doy risa.

### **Tercera escena, sesión 4. Ámbar 7 años**

*Ámbar sostiene que ella ve las caricaturas sola porque su mamá no le pone atención y como su papá se la pasa arreglando su Micro nunca le preguntan de las cosas que ven en las caricaturas, dice: “Ellos no me entienden y ni me preguntan lo que veo porque como se separaron pues siempre se andan peleando”*

COORDINADORA.- ¿Hola Ámbar, puedes contarme dónde ves las caricaturas?

Ámbar.-En...estoy en casa de mi abuelita que es la que me cuida, veo “Hora de Aventura” un rato en lo que mi mamá atiende la tienda en la tarde que llevo de la escuela.

COORDINADORA.- ok, ahora es momento de actuar, ¿dónde te encuentras?

(Ambar toma unos disfraces, una bolsa de mano y un sombrero)

Ámbar.-Pues estoy comiendo en el negocio de mi tía... comiendo con mi mamá y es el cumpleaños de mi prima pues estamos ahí.

(Ambar le pide ayuda a varios de sus compañeros para que participen en esta obra)

COORDINADORA.- ¿Quién va a participar contigo?

Ámbar.-Él va a ser mi papá y el mi primo.

(Ambar le pide a Cesar y a José que agarren la pistola de juguete que está en el saco de disfraces)

COORDINADORA.- Veo que tomaron la pistola, ¿van a jugar con ella o será parte de tu escena?

Ámbar.-Quiero actuar algo que ya pasó, el otro día que estaba ahí con mi mamá en el puesto paso mi tío con su camioneta, le pregunto a mi mamá por mi papá, le dijo “lo ando buscando porque ya quieren que pague lo de la micro”

(Ámbar toma la mano de Ivana que actúa como su mamá y simulan que caminan para su casa)

Ámbar.-Mi mamá llega y le dice a mi papá que está en el taller que no se haga, que ya lo andan buscando. Mi papá está con la cerveza como siempre y estaba borracho. Y luego mi papá le dijo a mi abuelito que les debía y entonces se pelearon.

José actúa como el abuelo.- Ya te dije que vayas a pagarles, lo jala y lo estira de la playera, le da un golpe en la cabeza.

Cesar que actúa como su papá.- Ay ahorita no me estés molestando tú ya sabré cuando voy y les doy lo que quieren a estoy weyes.

Ámbar.- (Yo siempre que veo que mi papá llega con sus amigos me meto a ver la televisión las caricaturas y ahí me quedo viendo.. nada más le subo a las caricaturas para no escuchar cómo se pelean, un día le dije que ya no tomara pero él siempre es así por eso pelea con mi mamá... luego también por eso solo me la paso viendo las caricaturas.

COORDINADORA.-Entiendo, ahora ¿quieres seguir con la actuación?

Ámbar.- Ese día luego mi papá llegó y me dijo agarra tus tenis te voy a llevar a la micro y me llevo con él a trabajar.

César que actúa como su papá.- Ay carajo no puede ser, ahí vienen estos.

(César toma de la mano a Ámbar y se paran de las dos sillas que semejan la micro donde trabaja su papá, “Te voy a ir a dejar con la Yola”

Ámbar.-Estoy viendo clarito después que me dejo mi papá que unos tipos corretean a mi papá y a mi tío a balazos.

(César y José ahora actúan como el papá y el tío de ámbar, forcejean, se golpean las costillas, se jalan la ropa, asemejan que se dicen groserías)

COORDINADORA.- ¿Cómo actúas tú cuando ves que pasa eso, que sentimiento te causa?

Ámbar.-Pienso que las cosas que veo no las tiene que ver un niño, pienso que los papas deben de hablar con sus hijos, que los niños no deben ver lo que tú haces porque los asustas, porque aunque yo intente ayudar a mi papá pero... él no me escucha.

COORDINADORA.- Si pudieras hablar con tus papás de las cosas que ves...

Ámbar.- No podemos hablar con ninguno de los dos mis hermanos y yo porque están trabajando, y mi papá se la pasa tomando, ni siquiera mis tareas las revisan.

(Los ojos de Ámbar comienzan a llenarse de lágrimas, los niños se quedan quietos en su lugar y el salón se queda en silencio absoluto)

Ámbar.- A veces nos quedamos todo el día con mi abuelita y nada más comemos y mi mamá nada más está despachando la tienda y mi papá se va al tianguis a ver los videojuegos y no escucha yo me canso de ver nomás la tele pero a veces juego ser Marceline y juego a que toco una guitarra y canto, pero no hablamos con nadie de lo que vemos porque no nos escuchan ¡Nadie escucha! Cuando fue el día de la mamá o el papá y les damos alguna carta o algo no hacen nada.

COORDINADORA.- Ámbar si pudieras decirle algo a algún personaje de la caricatura Hora de Aventura ¿qué le dirías?

Ámbar.- Hablaría con Marceline y le diría que la música que ella toca a veces me hacer reír y sentir contenta, que quiero ser como ella que no le da miedo nada. A veces nomas me pongo mi cabello como ella porque se ve bonita.

COORDINADORA.- Ámbar, qué es lo que piensas cuando ves la caricatura “Hora de Aventura”

Ámbar.- Me gustan mucho los colores que usan, como se llevan los amigos, los capítulos y los personajes, me entretiene y a veces me acompaña.

(En ese momento, tuve que detener la escena representada por Ámbar ya que no paraba de llorar, por ello, la última pregunta que se le realizo a Ámbar fue lanzada para tranquilizarla y no seguir alterándola).

**La tienda mágica**

Al finalizar el Psicodrama, se les propuso a los niños que antes de cerrar el telón compraran algo en la tienda mágica que no encontrarán en la caricatura "Hora e Aventura. La tienda mágica es una tienda en la cual los niños pueden comprar cosas que no encuentran en las caricaturas, esta idea surgió al observar que los niños mencionaban repetitivamente que algunas de las caricaturas no tienen mensajes buenos para que ellos aprendan.

COORDINADORA.- Les voy a proponer que con todo lo que escuchamos aquí de sus compañeros y las cosas que han aprendido de las caricaturas me digan que comprarían en la tienda mágica para incluirle a la caricatura "Hora de Aventura" que no tiene.

*El grupo conformado por Ámbar, Yael, Estefany, Daniel, Paola, Johan, Andrea, André, Valentina, Fernanda, David, José Ángel, Kamila, Marcela, Nicole, Cesar, Uriel levanto la mano y mencionó.*



## 6.8 Al cerrar el telón

A partir de las sesiones de psicodrama, técnicas de exploración cualitativa que sustenta la presente investigación y que fueron llevadas a cabo con los menores de la escuela Fray Martin de Valencia, se intentó dar respuesta a aquellas interrogantes que se cuestionan sobre los factores que invitan a los niños y niñas a retomar parte de las caricaturas en su vida diaria a partir de la recepciónn la caricatura Hora de Aventura.

El análisis de datos se determinó haciendo una categorización sobre la base de datos recopilados los cuales permitieron identificar algunas categorías que dan cuenta de comportamientos y actitudes que asumen los niños frente a diversas situaciones. Al final se registran de manera generalizada algunos comportamientos de los niños, en comparativa con los resultados obtenidos en la muestra cuantitativa.

Uno de los primeros puntos que hay que tomar en cuenta al aproximarse a un estudio de recepción infantil como el que se realizó son las diversas lecturas que los niños manifiestan de la caricatura Hora de Aventura, así como las mediaciones presentes antes, durante y posteriormente al momento de la recepciónn.

Tal y como lo hemos observado en líneas anteriores, la participación colectiva del grupo me permitió observar que los niños, en efecto, no son un receptáculo vacío de los medios, si no por el contrario, los niños en gran medida construyen una negociación de significados a partir de lo que aprenden de las caricaturas y lo que viven día a día en su entorno. Las diferentes mediaciones y los mensajes se van mezclando y transformándose en ideas que vuelven a negociar, demostrándolo a través de apropiaciones e imitaciones. Las diversas sesiones Psicodramáticas son el espejo inmediato de la situación receptiva de cada uno de los telespectadores desde una mirada natural. Gran parte de las sesiones Psicodramáticas se basaron en vivencias cotidianas en las cuales los adultos fungen un papel central en su visión del mundo. Los niños retoman a la caricatura para resolver algún problema que tenga que ver con los amigos. Por otro lado, las madres aparecen en las escenas

de los niños como la “madre que reprende y controla” Los niños prácticamente no externaron reproches hacia las madres.

El proceso de recepción televisiva observado en los testimonios nos habla de varios momentos importantes. El primero es caracterizado por un recuerdo, el segundo es una negociación y adecuación a la realidad.

Cabe recordar que todos los niños fueron expuestos a dos capítulos de la caricatura Hora de Aventura antes de cada sesión, la razón principal fue efectuar una prueba de temáticas, el orden de los mensajes fue el siguiente:

Título del Capítulo	Temáticas que se abordaron	Presencia de Actitudes
Cuidad de ladrones	Se tocan temas donde la deshonestidad en la vida que se utiliza en algunas ocasiones para obtener las cosas y hacer el bien.	En su gran mayoría los niños utilizaban frases de la caricatura y justificaban golpear a sus compañeros para hacer el bien. Mentir y tomar actitudes deshonestas eran parte de su juego. Algunos otros, señalaban que decir mentiras era malo y lo desaprobaban.
Desalojo	En este capítulo se tocan temáticas del valor de la amistad.	La mayoría de las niñas tocaron temáticas de amistad y honradez, sólo en uno de los casos una niña interpretó una escena violenta pero intervenían sus familiares como actores principales.

Tabla de realización propia, está basada a grandes rasgos en las diversas etapas Psicodramáticas.  
Fuente: horadeaventura.com

Los niños que fueron expuestos al capítulo de “La ciudad de los ladrones usualmente actuaron escenas de su vida real que tenían contenidos violentos. Sólo en uno de los casos fue retomado por una niña.

Otro punto importante fue la participación a manera de cierre el cual los niños jugaron a la tienda mágica y Yo, súper héroe.

En realidad, la caricatura Hora de Aventura como cualquier otra forma parte de la experiencia diaria de un niño, ellos determinan y ponen ciertos estándares para considerar una conducta vista en las caricaturas como algo aplicable a la vida, Sus inclinaciones en materia de caricaturas parecen ser producto de las diversas mediaciones entre amigos y familiares, así van negociando también su actuar.

Podría hablarse, pues, de la relación directa entre cuatro factores importantes que están interacción y posteriormente al proceso de la recepción: negociación, imitación, apropiación y socialización.

Bajo este argumento, puedo sostener que afectivamente las caricaturas juegan un papel socializador en la vida de los niños, ya que las caricaturas permiten algunos personajes se conviertan en modelos imitativos, estos modelos a su vez se convierten en modelos colectivos de un grupo de amigos, generando un grupo de imitadores que gustan de un modelo a seguir. Esto se puede observar claramente en el momento en el que los niños imitan a un integrante de su familia y mezclan parte de sus comportamientos con el de los personajes de las caricaturas, ese personaje suele ser el mismo personaje del que otro niño habla y que emotivamente los satisface, de no ser así los niños tienden a interiorizar con una carga negativa algo que no se acepta como un mensaje para socializar o hablar. Por ejemplo, recurriendo al tema de las caricaturas, los niños más allá de buscar algo espectacular en la caricaturas eligen uno o dos de los personajes con los que más se asemejan, varios de estos personajes logran mostrar parte el gusto de los niños. Las cosas que ellos negocian y aprueban como mensajes positivos.

## **El grado de apropiación**

Dentro de la parte imitativa se lograron identificar ciertas actitudes y otros tantos comportamientos, mismo que serán desarrollados y explicados a detalle.

En un primer momento comenzaremos hablando de las diversas actitudes y comportamientos que se observaron en las cuatro etapas Psicodramáticas. Posteriormente se hablará de la relación que tienen estas etapas con la muestra cualitativa entre padres y niños, luego de esto discutiremos el tema de la recepción dentro del estudio en sí y por último se hablara de los diversos desafíos a los que nos presentamos para llegar al análisis de la recepción de esta caricatura.

## **Dramatizando la vida desde Hora de Aventura**

Así, en el trabajo que se desarrolló, se encontraron de manera sutil las diversas manifestaciones desde el hogar que señalan la participación de varios discursos, actitudes y comportamientos que los niños negocian de la caricatura Hora de Aventura.

Para ejemplificar el supuesto anterior retomaremos la tercera escena de la sesión dos, la cual fue representada por Aldo, el cual utiliza el nombre de uno de los personajes de la caricatura Hora de Aventura para nombrar a su mascota, nos muestra parte de su apropiación hacia la caricatura.

Durante su participación, Aldo utiliza frases que utilizan los personajes de la caricatura. Y él toma también posturas erguidas como modelo a unos de los personajes centrales de la caricatura para enfrentar algunas vivencias diarias. De hecho el tema que eligió para la sesión Psicodramática me permitió observar que los comportamientos que Aldo toma son parte de una imitación e identificación de este mismo personaje ya que asegura que gracias a él puede enfrentarse al mundo.

*Yo sí quiero resolver algo hablo con mi perro y le digo que me acompañe a los juegos ahí en lo que yo juego Jake corre y juega conmigo" (Aldo)*

Al observar los comportamientos de Aldo se puede observar claramente que el grado de apropiación es muy elevado ya que no sólo ha pasado por el proceso de

reconocimiento de los personajes de la caricatura, si no también ha apropiado parte del lenguaje de la caricatura y de este modo él retoma varias actitudes con el referente de amistad o por el contrario totalmente violentas.

*(Aldo se sube a una silla y luego baja de un brinco, le grita qué pasa amiguito)*

*Aldo.-“Está bien chido cuando me enseñan a salir de los laberintos y a defenderme de los malos”*

Cuando Aldo levanta la voz, corre o brinca de algún lugar en la mayoría de los casos siempre engrosa la voz, su postura corporal es erguida. Recordemos que en la caricatura el personaje central es un pequeño niño que va tras las aventuras acompañado de su mejor amigo perro llamado Jake. Para Aldo muchos de los mensajes que encuentra de la caricatura son apropiados para que él se comporte como el personaje, inclusive parte de las risas burlonas que utiliza para conducirse a sus compañeros del salón son parte de una postura que él adopta como divertida.

Los espectadores, sobre todo los niños, expuestos a grandes cantidades de violencia en la pantalla, pueden hacerse menos sensibles a la violencia real del mundo que les circunda, menos sensibles al sufrimiento ajeno, y más predispuestos a tolerar el aumento de violencia en la vida social. La violencia en sí misma no es el problema, sino como ésta es retratada, esto hace la diferencia entre aprender acerca de la violencia y aprender a ser violento. Estimulando la violencia en un contexto sexual o cómico es particularmente peligroso, porque se asocian sentimientos positivos con el dañar a otros. (Pediatrics, 2001)

Bajo este argumento se encuentra que Aldo, por mencionar un caso, es la muestra clara de que la poca mediación televisiva de los padres hacia los niños genera una naturalización de la violencia y se aceptan los mensajes como cómicos.

Una de las actitudes más marcadas de esta sesión comenzó desde el momento en el que Aldo tenía que elegir algo de la utilería para la sesión. Aldo buscaba cosas que tuvieran que ver con la caricatura, espadas, gorro, capa, una playera azul y al momento de haber elegido todo lo que acompañaría a su sesión, tomo las cosas y se acercó a uno de sus compañeros más próximos y con risas le presumió:

*“Yo si me parezco en todo, ya tengo mis cosas y tú no! Ya puedo hacer lo que quiera Jajaja o bueno tú ya hasta que pases”*

El tipo de negociación que se establece en este caso muestra claramente que Aldo, como otros niños, se encuentra frente a un cúmulo de ideas mezcladas, parte de lo que sus padres median respecto a su consumo, mensajes que quedan al aire y parte de su papel como receptor infantil y la ausencia de explicación a los mensajes, así como también la actitud de superioridad frente a otros niños por la obtención de objetos que lo acompañan.

### **La recepción infantil y las múltiples pantallas**

Existe una recepción infantil con múltiples pantallas que viven los niños al momento de ver la caricatura de Hora de aventura. La afirmación anterior puede verse reflejada en diversos momentos durante las etapas del Psicodrama, algunos niños y niñas sostienen que mientras ven las caricaturas juegan con en la computadora, ven videos en la Tablet o juegan en un móvil prestado por sus padres o hermanos mayores.

Además cabe resaltar dos factores que inciden de forma directa en el comportamiento de los receptores infantiles: el aumento de las formas de utilizar el tiempo mientras ven las caricaturas y el acceso a otro tipo de formas de entretenimiento a través otros dispositivos de manera simultánea.

A decir del mismo Orozco nuestra actual “condición comunicante” nos vuelve audiencias/ usuarios múltiples, capaces de ir de una pantalla a otra sin necesidad de dar cuenta de ello (Orozco, 2010).

Así bien, los resultados cuantitativos nos demuestran que casi el 40%<sup>11</sup> de los niños y niñas afirmaban que hacían la tarea u otra actividad mientras veían la televisión. En los resultados de las sesiones Psicodramáticas pude comprobar que en efecto,

---

<sup>11</sup> Véase la pregunta número 14 del cuestionario cuantitativo.

los niños demuestran que mientras ven las caricaturas también se dan tiempo para utilizar otro dispositivo de manera casi simultánea.

*“Le pido a mi mamá su celular para jugar mientras veo la tele” (André)*

*“Mi tío está en la computadora y la que me cuida es esta Alondra. Luego voy a picarle a la compu un rato y veo las caris y así.” (Valentina)*

*Ella prefiere ver las caricaturas por cable o en internet, usa la Tablet de su papá para ver y jugar en Cartoon. (Estefany)*

*Comenta que cuando vivía en Estados Unidos veía alrededor de seis horas las caricaturas y alternaba con video juegos su tiempo libre. (Johan)*

*Mmm...estoy en el cuarto jugando con la computadora en Cartoon y viendo las caricaturas ya son como las 8. (Aldo)*

Lo encontrado aquí, me llevó a reflexionar sobre los diversos mensajes que los niños están negociando, no sólo de la caricatura Hora de Aventura, sino paralelamente están obteniendo nuevos mensajes otros dispositivos simultáneamente. Lo que puede estar provocando que los niños de la actualidad como los de este estudio logren comunicarse con mayor inmediatez. Así, los niños de tan solo 5 años se están adecuando a cambios significativos en los hábitos de consumo, sus formas de comunicarse. Estos cambios se están presentando de manera acelerada, ya que aún en algunas investigaciones que hablan de la recepción sólo se ponían en cuestionamiento la recepción de la televisión pero no la recepción y la mediación de otros dispositivos enviando mensajes a los infantes, lo cual genera cambios acelerados en la conducta de los niños.

La TV, videojuegos, etc, desplazan el tiempo dedicado a lectura y tareas escolares. Muchos estudios bien controlados han mostrado que aún 1 ó 2 horas por día de TV no supervisada en niños escolares provoca un significativo efecto deletéreo en rendimiento académico, especialmente en lectura. Bajo este argumento sería bueno entender el proceso por el que los niños están pasando al momento de la recepción. Cómo y por qué los niños de la actualidad necesitan estar constantemente

conectados a múltiples pantallas en sus ratos libres en lugar que ese tiempo se estuviera dedicando a otro tipo de tareas.

Dónde se encuentran los niños de hoy en día en materia de aprendizajes, así como también cómo los mensajes que ven en la caricatura hora de aventura se mezclan convirtiéndose en un cúmulo de ideas que sólo comparten con niños de su misma edad.

He aquí, el reto por cuidar los medios y apostar por mensajes que fomenten una reflexión positiva y vuelvan a los niños críticos y no solo televidentes de múltiples mensajes que poco alcanzan a comprender.

Es importante destacar que la carga comunicativa con la que están interactuando los niños. Observar y analizar cómo se intensifican las actitudes y comportamientos de los niños por estar en constante contacto con dos o tres medios de recepción inmediata. Los niños múltiples pantallas como así los llamaremos aquí, naturalizan, comparten, negocian en la mayoría del tiempo la recepción.

La demanda por este tipo de recepción se hace más evidente en niños cuyo tutor trabaja jornadas laborales más largas o bien lo padres que están presentes pero ausentes para informar y aclarar mensajes que sus hijos no entienden.

Algunos estudios sobre recepción televisiva infantil han retomado el tema diferencias sociales para justificar dicho proceso.

¿Podemos ubicar en estricta igualdad quién ve un programa de televisión por falta de otra actividad recreativa y a quien lo deja como sonido de fondo mientras se distrae con juguetes electrónicos en su habitación? (Mariet, 1993). Desde este punto, me gustaría aclarar que las diversas diferencias sociales que tienen los niños de esta escuela primaria pueden estar reflejando su manera de elegir los mensajes e interpretar de alguna manera la emisión. Esto no significa que todo en ellos está constituido por su status social pero sí refleja parte de su educación y como el niño se relaciona con su entorno.

Pese a que los niños reconocen las carencias que existen en su hogar, la edad de los infantes no permite que logren identificar la falta de economía que existe para que los niños sean entretenidos por cualquier otra actividad.

### **Actuando y viendo las caricaturas a solas**

Frente al fenómeno de la recepción algunos niños dan detalle del lugar que tiene para ellos las caricaturas en general. A diferencia de que lo que se había venido cuestionando respecto a las caricaturas como niñera, en esta investigación pude observar a través su actuar que, los programas infantiles ya no fungen el papel de cuidadoras o simples nanas si no por el contrario algunos de ellos por la situación social en la que se encuentran, buscan en las caricaturas de alguna manera una compañera a la soledad. Tal y como lo habíamos señalado en la etapa cuantitativa, gran parte de estos niños se queda con un tutor en casa que no es papá ni mamá, esto en algunas ocasiones orilla a varios niños a ver en las caricaturas parte de compañía en ausencia de un tutor que guíe la recepción televisiva.

Johan.- menciona que no le gusta ver las caricaturas con su hermano pequeño porque es muy ruidoso y chillón.

Paola.- Estoy en la sala acostada en el sillón viendo la televisión, mi mamá está con mi abuelita afuera.

*Yael.- comenta que casi siempre ve las caricaturas de manera solitaria en la sala.*

Si bien los niños son motivados por los mensajes que ven: una de las referencias inmediatas es la negociación y apropiación de actitudes y comportamientos vistos ahí y de acuerdo a esto los niños actúan como su personaje favorito para sentirse acompañados o motivados a tomar algunas decisiones, esto se convierte en un doble juego, jugar con la simplicidad que ésta conlleva o negociar un aprendizaje para el actuar diario.

La obtención de códigos que los niños encuentran ahí acompaña sus horas de juego, de sueño, de hacer las tareas inclusive parte de las pocas horas que pasan con sus padres y hermanos. Pues el niño como tal no es un televidente que logre identificar dicho proceso. Aunque logren identificar los mensajes de violencia de los mensajes de amistad, es el núcleo en el que el niño crezca el lugar en el que el niño va aclarar las dudas que tienen respecto a algunos comportamientos. Desde esta perspectiva, en el caso de los niños de la escuela Fray Martín de Valencia, los niños carecen de información por falta de tiempo de los padres para ordenar algunas ideas de todo lo que encuentran de las caricaturas.

Los niños, no sólo como receptores si no como agentes activos, no sólo negocian lo que ven si no también parte de lo que retoma ahí lo lleva a otros lugares, esto le permita re-apropiar y re-significar los mensajes más interesantes que ellos encuentran de las caricaturas.

La motivación para que los niños acepten o rechacen una actitud o comportamiento que ven en la caricatura y le den significado depende mucho de la orientación que tengan respecto a varios tópicos que se tocan en las caricaturas. El poder que puede ejercer la televisión en las generaciones más jóvenes hay que conceptualizarlo como mediado por los contextos culturales (Gebner, Gross, Morgan, y Signorielli, 2005; Orozco, 2001). Concretamente en el contexto familiar, la intervención de los progenitores resulta relevante para la comprensión de las narrativas televisivas Y cómo las diversas mediaciones facilitan o empujan al niño a modificar su pensamiento y relación con las caricaturas.

Curiosamente, la mayoría de los niños que participaron durante toda la investigación logran hacer un auto análisis de la recepción televisiva que tienen, también identifica la poca relación que existe con los padres de hablar de las cosas que no entienden de las caricaturas. Sin embargo naturalizan varios comportamientos que ellos mismo definen como “No son tan malos”. Para los niños que participaron en las sesiones la violencia y la burla es un tema que manejan con naturalidad, sostienen

que aparte de que aprenden cosas de las caricaturas, escuchan muy seguido las groserías de sus compañeros de sexto grado y en su mismo hogar.

COORDINADORA.- Oye Valentina y dónde has visto que golpeando se pueden arreglar los problemas.

Valentina: Mmm, pienso que de los niños más grandes, también de algunas caricaturas, en algunas veces en Hora de aventura Marceline, esa vampira que es mala golpea con su guitarra a los malos y así los asusta o les grita. Aunque ya sé que es malo pegar. (Valentina agarra un tubo cilíndrico que está tirado en el piso y ejemplifica los golpes que hace el personaje en la caricatura con su compañera más cercana y comienza a correr detrás de ella).

A través del actuar las niñas y niños muestran significativamente movimientos de golpes o patadas violentas de manera simulada tal y como las que utilizan los dos personajes de la caricatura “Hora de Aventura” para expresar algo que les da emoción o que quieren resolver. Esto también da cuenta a los diversos estudios que demuestran que los programas infantiles se mueven en el gusto de los niños a través de la estimulación afectiva que generen en ellos. De hecho, en la muestra recabada en el cuestionario casi un 60% de los niños afirmaba que veía las caricaturas porque se reían mucho y les parecían divertidas. Otro 73 % sostuvo que las caricaturas le entretenían mucho, esto determina una primera aproximación hacia las conductas violentas. Los niños naturalizan los comportamientos que definen “no tan malos” porque tal y como los observan en las caricaturas, es un comportamiento divertido y les entretiene al igual que actuarlo en la vida real.

Esto permite identificar que gracias al Psicodrama se pudo dramatizar la relación entre los niños como receptores en una etapa real y sumamente evocativa. “Localizada la escena a dramatizar, el protagonista no relata lo que ocurre sino que va cambiando roles con los roles auxiliares y así va armando una acción que responde a la externalización del mundo interno del protagonista” (Bustos, 1985, p.24).

Exteriorizar lo que piensan y sienten de las caricaturas generó en todos los niños una actitud distinta a la que tenían al principio de la primera sesión.

### **La interacción de la familia y el medio televisivo, mediación participante o pasiva**

La relación que se establece entre la televisión y la familia parece ser un soporte de ruptura entre la socialización de los niños con los integrantes de la familia. Debido a que la acción de ver televisión en familia se vuelve cada día más lejano para los niños. Ya que la unificación familiar para ver la televisión se ha convertido un acto que requiere tiempo, mismo tiempo que los padres de familia no tienen en algunas ocasiones. Los resultados de esta investigación también avalan diversas posturas que algunos padres manifestaban a la hora de cuestionarles si sabían la cantidad de horas que pasaban los chicos frente al televisor y la poca información que tenían respecto a los gustos de sus hijos por la caricatura Hora de Aventura, esto acrecentó en algunos casos un sentimiento de culpa por parte de los padres, pues ellos mismos reconocían que no existe una hora para sentarse a ver un programa infantil con su hijo y viceversa. Los niños tienden a naturalizar el hecho de no tener supervisión a la hora de la recepción televisiva, aunque reconocen que en algunas ocasiones no comprenden todos los mensajes que encuentran en las caricaturas. Esto permite que los niños tengan la libertad de hablar de las emisiones que consumen sin ninguna culpa o autocensura.

El espacio televisivo en familia se convierte, así en una recepción infantil carente de sentido, pues lo que los niños ven en las caricaturas no es hablado y mucho menos comentado por los niños con sus padres.

Los chicos miran las emisiones caricaturescas solo en compañía de un hermano menor. Tal y como lo habían revelado los resultados cuantitativos con un 50%. Es así, que las madres desconocen por completo la razón por la cual los niños prefieren una caricatura de otra y para ser precisos, los padres no logran identificar algunas actitudes y comportamientos que los niños manifiestan y que están ligados al de la caricatura Hora de Aventura entre otras tantas. Desde cualquier lugar en el que se

encuentren, los niños saben que existe muy poca probabilidad de que sus dudas sean aclaradas por la falta de tiempo. La pantalla chica es fuente (antes que problema) para el aprendizaje de los chicos (Orozco, 1988). Aprendizaje que los propios niños no logran identificar en ocasiones.

La ausencia de los padres en muchos momentos es habitual y los padres comparten con ellos sólo pocos momentos para ver la televisión. En este sentido, la conducta de covisionado parece jugar un papel esencial no sólo en la permanencia frente al televisor de manera solitaria, sino también en la calidad de los programas vistos por los niños.

*- Mi mamá en algunas ocasiones me pide que deje de comportarme grosero y ya no me deja ver la tele, "a veces le cambia a los programas donde pasan puros animales. (Aldo)*

*-Como mi mamá a veces no me ayuda a la tarea, pues luego veo Hora de Aventura primero, luego juego y luego ya saco los cuadernos así no me aburro pero luego ya se me hizo bien tarde y me regaña mi papá. (Aldo)*

*-En la semana mi mamá ya está en el trabajo y no hablo con ella de las caricaturas por que entra bien temprano a trabajar." (Valentina)*

*-Mmm mi mamá, algunas veces la ve ahí conmigo. Se queda nomas un rato ya luego se va." (André)*

*- La verdad no hablo de lo que veo en las caricaturas, porque mi mamá anda cuidando a mi hermanito y córrele a hacer la comida. (Estefany)*

*-Dime hija, que viste hoy en las caricaturas mi amor, ¿aprendiste cosas nuevas? Jajaja, no sé me gustaría que mi mamá me dijera por qué algunos personajes tienen poderes y yo no puedo hacerlos así igual. (Estefany actuando como su mamá)*

Los datos indican que los padres pasan poco tiempo con los niños y no sólo eso, los padres tienen poco conocimiento de los contenidos televisivos, de los personajes, de las temáticas y los gustos de los hijos por algún personaje. Estos resultados son coherentes con los encontrados en la prueba cuantitativa realizada a los padres. Si antes se ha apuntado que en el grupo de niños las caricaturas

parecen formar parte fundamental de su ocio y entretenimiento es normal que forme parte su vida sin la regulación de los padres o tutores.

Para cualquier ser humano, el tiempo, la confianza y la comunicación otorgada por los padres a lo largo de su crecimiento, es fundamental en su desarrollo individual e integral, por algo la familia es considerada por el sociólogo Max Weber, (1922) como la base de la sociedad. Dentro de este núcleo el niño podría diferenciar lo que es un verdadero aprendizaje de contenidos no educativos, que en lugar de entretener, fungen como una educadora informal.

Es aquí donde se exhibe la poca relación entre padres e hijos. Sin la falta de atención por parte de los padres provoca en ellos un tipo de aislamiento, soledad y confusión de los mensajes que observan ahí.

Nigro, (2008:64) sostiene que existen 4 tipos de familias que median la recepción infantil. En esta investigación claramente se pudo observar que en su mayoría la recepción de los infantes se ve mediada por familias permisivas que no se preocupan mucho por lo que ven los niños en la Tv, sino por el contrario la Tv es representada como una compañera al momento de realizar otra actividad como la tarea o jugar.

Con las participaciones Psicodramáticas también se logró identificar un patrón de actuación entre los infantes. Los niños que manifiestan o hablan de varias problemáticas en el hogar, que son violentos o que golpean y son conflictivos, son los mismos niños que pasan varias horas frente al televisor de manera solitaria y que no hablan con los padres de lo que ven en las caricaturas.

<i>Sujeto de análisis</i>	<i>Presencia de Comportamientos con tintes de violencia naturalizada y divertida.</i>
<i>Abram. 4 horas de televisión</i>	<i>Lanza piedras, Gritar.</i>

<i>Yael. 2 a 3 horas de televisión</i>	<i>Cierra el puño y golpea, miente como evasión de regaño.</i>
<i>André 3 horas de televisión y 2 más el fin de semana.</i>	<i>Golpea con sus puños y utiliza otros utensilios para golpear.</i>

Tabla de realización propia basada en las etapas del Psicodrama, muestra cuantitativa.

En este caso, las actitudes violentas afectan más a los niños que a las niñas, quizá debido a los estereotipo del medio que los rodea, en el cual se dice que los niños deben de ser violentos, valientes y no deben de llorar. Los personajes que aparecen en la caricatura son más valientes, más inteligentes, más fuertes, mientras que las mujeres que aparecen en la caricatura tienen las mismas cualidades sin embargo son frágiles, pasivas y siguen siendo las víctimas que al final los personajes varones tienen que salvar. Bajo este argumento, sostengo que la violencia que conducen las pláticas, temáticas y actuaciones de los niños llevan consigo una carga de roles de género bien establecidos de los que constituye ser un niño o una niña.

No hace falta recordar la carga de ideológica que llevan los niños frente a las niñas y cómo desde el inicio, durante y final de las etapas Psicodramáticas los niños se muestran sin temor a las situaciones que enfrentan en las etapas, así como la facilidad que tienen de resolver los problemas con facilidad. Pocas veces tocan las temáticas de amistad.

Los niños también actúan varios regaños, ésta es una conducta reconocida y muy recreada a la hora de las etapas Psicodramáticas, los niños actúan regaños imitando a los padres más que imitar de ellos algún sentido de afecto. Comprendo que ésta es una forma imitativa y violenta de mostrar la comunicación a la que recurren los padres y que está orientada únicamente controlar la conducta de los niños y las niñas. Sin embargo, esto en definitiva genera sentimientos de culpa y temor en ellos. El grupo de niños objeto de la investigación muestra insultos llenos de palabras descalificantes.

Mi mamá es muy regañona siempre está de mal genio y regañando, con ella no se puede hablar cuando no obedezco me dice bruto y pendejo.

### **Mediación por parte de profesores y docentes**

Durante las etapas Psicodramáticas se logró entender parte de la relación que existe entre los mensajes que manifiestan los niños en clase y la postura de los maestros en cuanto a actitudes y comportamientos.

Sin bien los maestros median en mayor medida que los padres algunas las actitudes de los infantes, se enfrentan constantemente a los padres en materia educativa. Los maestros logran identificar comportamientos y actitudes de cada niño, de hecho algunos profesores sostuvieron que los padres aceptan los comportamientos consensuan los comportamientos violentos de los niños y no trabajan en conjunto con los docentes para mejorar la calidad educativa de los niños.

Suponiendo que la familia es la encargada de regular los valores, la escuela sería proveedora de conocimientos. La televisión significaría sólo un entretenimiento. Pero, contrario a esto, durante la investigación se pudo analizar que las actitudes de los niños más que sólo reflejar las bases de los valores aprendidos en el hogar, reflejan una de las hipótesis centrales de la investigación. Las caricaturas están desplazando casi invisiblemente funciones educativas que deberían de estar al menos reguladas por los tutores en turno en ausencia de los padres.

Sin embargo, los que median de manera activa los comportamientos y actitudes son los maestros dentro de las aulas.

*-La maestra dice que es malo y no debemos de llevarnos pesado que no debemos de hacer todo lo que vemos en la televisión.” (Valentina)*

Los niños también marcan los roles de género en todas las sesiones, inclusive en una de las participaciones uno de los niños utilizó a otro compañero para que interpretara a su mamá sin embargo cuando el grupo identifico el inicio de la situación, el grupo comenzó a reírse y mofarse de ello. Mencionaban que los niños no pueden ser mujeres por que los niños solo pueden ser hombres en grande pero

no mujeres. La profesora en turno quiso aclarar lo sucedido pero los niños decían que en su casa decían que los niños no pueden ser mujeres y hombres. Es aquí donde la mediación de los profesores en un tema tan simple como lo es hablar de un rol de género.

### **Características del consumo**

La relación de los niños con los medios de comunicación ha sido hoy en día tema de nuevos aportes y cuestionamientos respecto a la educación de la recepción de los medios; sin embargo, son muchas las variables que juegan el papel de proveedoras de conocimiento y educación hacia los niños sin querer por así decirlo, enseñar. Como es bien sabido, las caricaturas de hoy en día nada tienen que ver con las caricaturas educacionales de los años 80s, esto equivale a que los niños que toman como referente las caricaturas como educadora suelen diferenciarse de otros por el medio social al que pertenecen. Desde éste, punto me gustaría sostener que debido a que los niños de la escuela Fray Martin de Valencia pertenecen a un medio social de clase media baja y muy a pesar de que algunos cuentan con otros dispositivos que utilizan con simultaneidad mientras ven las caricaturas, siguen siendo la televisión la participante estrella a la hora de la recepción, tal y como se había mostrado en las diversas preguntas cualitativas.

Cabe aclarar que no en todos los casos el entorno social moldea al sujeto, pero constituye un universo de posibles significaciones. Lo que quiero sustentar es que a partir de cada caso que fue tocado tanto en las encuesta como en las diversas sesiones Psicodramáticas se pudo mostrar que en efecto el universo de significaciones que cada niño mostro estaba definido por su entorno familiar, social. Esta relación afecta directamente su relación en el ámbito cultural, pues los niños son consumidores casi de tiempo completo, esto debido a la falta de otra actividad cultural como entretenimiento. Esto nos da de detalle de la injerencia en los procesos educativos que tienen los infantes.

Otro punto fundamental para la comprensión del consumo está estrechamente ligado a las horas que los niños le dedican a ver las caricaturas. Es decir, para poder

hacer un análisis con mayor profundidad no sólo se debe juzgar el perfil por las horas de consumo, sino por otras actividades que se dejan de realizar. Los niños que presentaron más horas de consumo, demuestran mayor frecuencia en actitudes que los niños que consumen menos horas. A partir de este dato se podría pensar que para los estos niños la televisión forma parte fundamental de su ocio. De hecho, durante las etapas Psicodramáticas se logran identificar las ausencias de coherencia educativa, de valores y por supuesto a mayor es la frecuencia de consumo televisivo mayor es la frecuencia con la que recurren los niños.

Las diversas temáticas que los niños abordan dentro del Psicodrama refieren la carencia de actividades recreativas fuera de su casa, solo en uno dos de los casos del Psicodrama refieren que el lugar en el que juegan es al aire libre, mientras las otras temáticas se desarrollan en escenarios cotidianos como la misma casa, el cuarto, la sala o una salida al súper.

<b>Temáticas</b>	<b>Ejemplo para la sesión Psicodramática (Lugar abordado)</b>
Aldo- mi mamá está platicando por teléfono con la señora que le vende zapatos y luego me grita que haga la tarea pero no le hago caso.	El hogar
Yael.- Ha estoy tirado en la sala, no más viendo las caricaturas, luego le ando cambiando cuando hay comerciales.	El hogar
Abram.- Estamos en el salón de clases.	Salón de clases
Ámbar.-En ...estoy en casa de mi abuelita que es la que me cuida.	El hogar

Los niños de la escuela Fray Martín de Valencia son el reflejo de su condición social, limitado y apegado a un ritual televisivo, en donde la televisión funge y adquiere rápidamente el papel de amiga, toma el rol de sustituta en ausencia de actividades culturales, lo mismo para cuando acompaña las diversas actividades de los niños casi desde que se despiertan, se convierte también en una guía de diferentes ideas que los niños van construyendo del mundo y un vínculo que influye ciertamente en actitudes donde se hace uso de golpes, empujones, abrazos, gritos y movimientos que requieren de fuerza corporal, todos estas actitudes casi en su mayoría esperan la respuesta de estas acciones frente a otro niño o adulto. La televisión está muy integrada a la intimidad familiar y las rutinas domésticas de los sectores populares (Pasquier, 1999). Esta relación se liga entonces directamente a lo que vive, a lo que él toma en ausencia de prácticas culturales y su relación con la familia.

### **El sector económico y la recepción**

La mayoría de la TV infantil de calidad, educacional y no-violenta es transmitida por cable o satélite, sin embargo, las familias menos favorecidas no pueden pagar por estos servicios. En realidad se le estaría negando el acceso a los más grandes beneficios del medio.

No pocos estudios internacionales explican que los chicos cuyas madres no han finalizado la escuela primaria ven televisión casi una hora más por día que aquellos cuyas madres tienen un título terciario o universitario (Neveu, 1989). El consumo de los niños por tanto, se explica a través de la relación entre el consumo y las horas que pasan frente la televisión y a su vez por el nivel socio-cultural. Bajo este argumento puedo sostener que el consumo de la mayoría de los niños que participaron en esta investigación es directamente proporcional al nivel socio-económico de ambos padres o las deficiencias económicas en turno.

El rol de las caricaturas como posible aprendizaje aparece durante todo el estudio y a su vez, da detalle de la postura que tienen los padres frente a lo que ocurre con los comportamientos de sus hijos.

*Paola: Sostiene que en varias ocasiones le han comprado juguetes de los personajes de la caricatura Hora de Aventura. Sin embargo nunca le preguntan por qué le gusta ese personaje.*

*Aldo.-Mmm casi no porque mi papá cuando pasa a la escuela por mí va hablando por teléfono y mi mamá pues me compro unos muñecos de "Hora de Aventura" pero no me pregunta nada pregunta ni nada, sólo me lo compra y ya.*

Los datos empíricos revelan también que cuando los niños tienen o compran objetos que tengan la cara o algún personaje de la caricatura, se sienten pertenecientes a un grupo de niños, mientras que en sus diversas actitudes demuestran que gracias al uso y obtención de estos objetos son superiores a los otros niños que no los tienen.

### **El cuerpo, una herramienta imitativa de las caricaturas**

Actualmente el tema de la participación de los medios en los comportamientos de los niños ha venido generado varias propuestas respecto al tema. Dentro de la presente investigación se logró observar el gran alcance que tienen los medios durante la interacción diaria de algunos niños con otros. Los mensajes que los niños negocian tienen características muy singulares. Se pueden confirmar varias hipótesis sobre cómo las caricaturas fomentan diversos comportamientos y actitudes en su conducta.

Referente a lo anterior, se pueden observar dos variantes importantes dentro de la presente investigación:

1. Las caricaturas fomentan en los niños algunas actitudes agresivas y otras tantas, refuerzan comportamientos en donde se tocan temáticas de amistad.
2. Los niños negocian mediante la socialización con otros niños o adultos los comportamientos que más se adecuan a una conducta apropiada según sus propios estándares.

De esto se logra identificar un punto más importante aún; y es que, para los niños no sólo es importante tocar las temáticas que observan en las caricaturas y las

comparten verbalmente con otros niños, si no por el contrario, los niños utilizan la imitación como herramienta del proceso de negociación y posteriormente como un proceso de aceptación de algunos comportamientos. De este modo, los niños reafirman lo que ellos aceptan como un aprendizaje sano o real. Para esto los niños logran utilizar el cuerpo como una extensión de lo irreal llevado al plano real que es su vida diaria. Desde esta línea de investigación, la televisión funge como agente de socialización con un protagonismo indiscutible sobre las rutinas de los niños, estas no actúan en el vacío y no se pueden estudiar de forma aislada.

De hecho, durante la investigación también se pudo observar que a pesar de que los niños imitan algunas conductas, son muy selectivos a la hora de elegir lo que imitan, esto también va ligado a una aceptación y apreciación por parte de los adultos que median dicho proceso.

Con ayuda de las sesiones Psicodramáticas se logró identificar las siguientes actitudes:

- *André le da un pequeño golpe con el codo a su amigo para llamar su atención<sup>12</sup> y corren alrededor del círculo..*
- *Toman herramientas metálicas o cilíndricas para imitar a sus personajes.*
- *Pero a veces piensan que tienen un súper poder de estirarme hasta arriba, muy alto y así poder buscar lo que se les pierde.*
- *A veces, pero casi siempre golpean fuerte como si tuviera súper poderes y quieren volar el balón fuerte.*
- *Se ponen capa porque les gusta ser un súper héroe y resolver problemas junto con sus amigos.*

---

<sup>12</sup> La acción de golpear con el codo a su amigo para llamar su atención se logra observar en el capítulo “Hora de Aventura” en el capítulo Ciudad de ladrones en el cual Finn trata de llamar la atención de Jake golpeando con su codo a su amigo.



En algunos momentos se logra observar que los niños utilizan parte de la utilería para utilizarla como artefacto de pelea, sin embargo basta con una regla, un tubo de papel y el mismo cuaderno para simular una espada o utensilio de pelea. Los niños sienten empatía con las herramientas que pueden utilizarse de manera fácil y que facilitan el juego frente a otros niños.

### La realidad vs. lo que veo en la caricatura Hora de Aventura

En lo relativo a sus formas de comportamiento, esta investigación también evidencia que estos se ven determinados por el proceso de negociación y aprobación frente sus familiares y amigos.

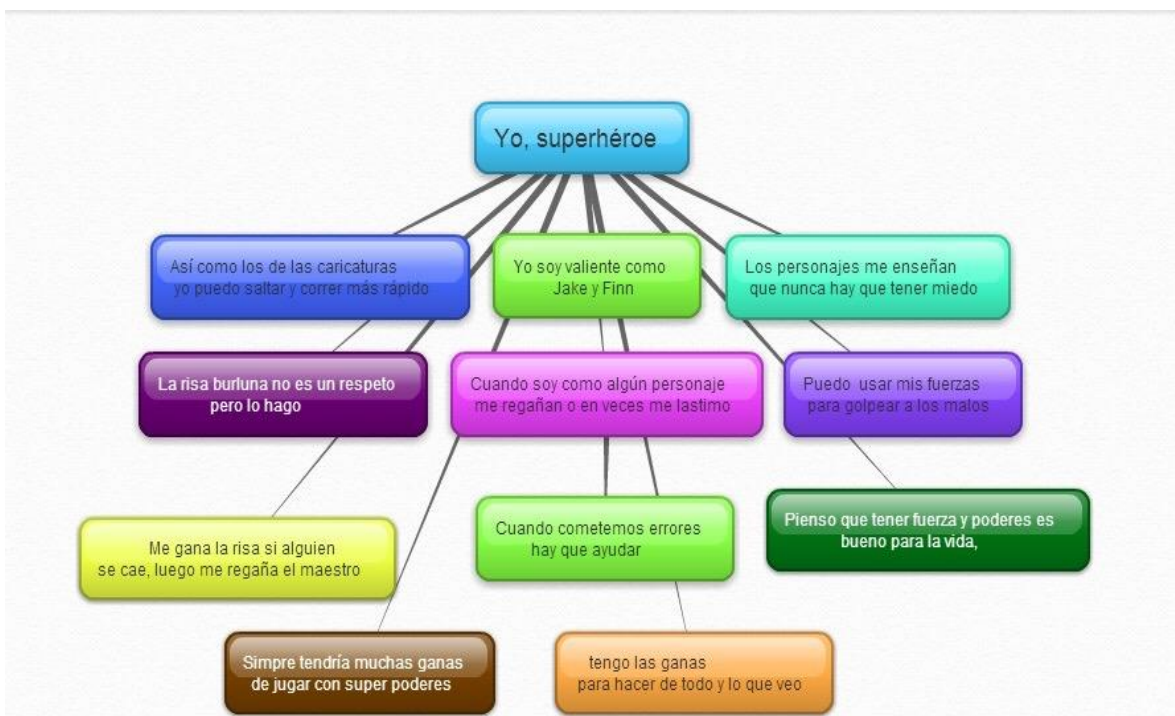
Del mismo modo, se pudo observar que dentro de cada frase o movimiento, se encuentran mezcladas algunas ideas respecto a las caricaturas. En la mayoría de los casos los niños utilizan alguna frase o acción que distingue que están utilizando algo de la caricatura Hora de Aventura.

Psicodrama
<i>Johan.- Pues en Un show más cuando tiene problemas se juntan todos y piensan y ya lo resuelven o en "Hora de Aventura" con el perro ese amarillo que es su amigo y saca su espada y pateo a los malos y les da golpes así fuertes también en el Chavo del Ocho.</i>
<i>Paola.- Sí, cuando a veces juego pesado con mi hermano lo hago porque sé que no pasa nada, lo que veo en las caricaturas sé que no es de verdad, ¡Ay cosas que son de mentiritas! aunque si nos sale sangre no hacemos todo lo que vemos así, sólo lo que vemos que no es de peligro a veces lo intentamos.</i>
<i>Paola Actuando como mamá.- Mira ese chamaco es grosero de por sí, luego se pone a pelear con Paola y tengo que ir a calmarlos, yo no creo que por que ven esa caricatura Paola sea así pero el que más le hace así como esos muñecos es mi hijo Manuel.</i>

## Los superhéroes que viven en mí

Gracias al Psicodrama los niños logran identificar diversas posturas que retoman de la caricatura Hora de Aventura y otras caricaturas. Aunque en la caricatura nunca se observan que los personajes que se autodenominan héroes, los niños mediante la realización de las sesiones logran imitar posturas corporales que se asemejan mucho a las de un héroe. Los niños buscan ser protagonistas de su propia vida y cuando los niños dramatizan las diversas etapas la mente de los niños se extiende y no existe límite y de este modo los niños logran identificar las actitudes favoritas.

Cuando se realizó el cierre de las sesiones Psicodramáticas los niños expresaron algunas frases sobre los super héroes.



Mapa de realización propia con la participación de niños de ambos grados.

El sentido que le dan los niños a sus personajes en su vida diaria refleja una manera de escapar de la realidad para convertirse en héroes. Ellos encuentran un modelo que permite que su desarrollo se encuentre acompañado a través de la imaginación, ellos juegan a ser los personajes que ven en las caricaturas. No sólo se observan

movimientos gesticulares, los niños también hacen uso de sus manos y de otros utensilios. Utilizan posturas erguidas y el tono de su voz cambia. Gritan a manera que el niño con el que participa con ellos siga sus instrucciones, jugando todo el tiempo con los roles y papeles establecidos.

Así como se ve la repetición de los mismos personajes, en las mismas aventuras, con los mismos desenlaces. Así, la caricatura Hora de Aventura como otras caricaturas no se cansa de mostrar a los personajes siguiendo casi una fórmula mágica y exitosa de resolver los problemas. Así los niños apropian un elemento de cada personaje para escenificarlo en la vida diaria. Es decir, los niños como entes sociales se apropian de un personaje como elemento simbólico que los diferencia de otros, en este caso es la actitud de un personaje y la toman como referente para ser distinto a otro.

Los mismos roles se intercambian y cuando interpretan a los padres los niños suelen mostrar al adulto como una persona autoritaria sobre sus acciones, su mayor temor es el regaño por parte de los adultos.

Sin embargo, no hace falta aclarar que los niños son sumamente selectivos respecto a cuáles serán los comportamientos que tomarán para proyectarse ante otro niño. Los comportamientos que más se evidenciaron en estas etapas fueron:

- Las actitudes de fuerza sobre otros.
- Los comportamientos que invitaban a otros seguir a un líder.
- Actitudes de superioridad.
- Actitud de seguridad y confianza.
- Actitud de control.
- Actitudes amistosas.

Lo observado también me permitió hacer una asociación de los discursos con los movimientos. Los niños juegan a ser súper héroes como forma de empatía con otros niños, para mostrarse valientes y fuertes. Algunos otros seleccionan actitudes más suaves para ayudar a otros. Para el segundo caso, los niños son menos participativos, más tranquilos y reservados.

Se puede estar generando paralelamente un estímulo en el actuar de los niños que quieren sobresalir en algunas actitudes como éstas para mostrar una cara frente a su grupo, familia, amigos, como un personaje de admiración, que puede ayudar a otros y que soluciona las cosas de manera rápida y sencilla. O puede ser parte de un acompañamiento que los niños buscan para sentirse protegidos ante la falta de atención por parte de los padres y los problemas que existen en casa.

Unificando ambos resultados, se puede observar que si bien el niño retoma algunas actitudes similares a las de la caricatura Hora de Aventura no se puede decir las caricaturas son las causantes de las actitudes violentas que ellos manifiestan sin antes comprender en el contexto en el que se encuentran, las ausencias que los acompañan como menores que construyen su mundo a través de las cosas que aprenden día con día.

El contexto en el que los niños se desenvuelven revela algunos datos interesantes a lo largo de la investigación, pues los niños que participaron en la investigación provienen de hogares en donde ambos padres trabajan y quien se queda a cargo es un hermano mayor o tíos. Esto genera en los que niños que exista una gran universo de dudas respecto a la recepción, algunas actitudes y comportamientos que los niños adoptan.

Los niños logran reconocer que en muchas ocasiones se comportan violentos o tratan de imitar a los personajes de las caricaturas (Hora de Aventura). Sin embargo, la mayoría de las acciones efectuadas por los niños están seleccionadas bajo un criterio de entretenimiento y diversión. Aunque los niños durante la aproximación cuantitativa señalan que no creen aprender cosas de las caricaturas en la muestra

cualitativa se logró observar que, en efecto, los niños aprenden algunas actitudes de las caricaturas.

## CONCLUSIONES

La muestra cuantitativa reveló que casi un 53% de los niños y niñas veían la televisión de manera solitaria en su habitación, sin embargo en las distintas fases del Psicodrama se pudo analizar que también existen varios momentos en los que interactúan y comparten la televisión con algún familiar.

La mediación situacional permite que los niños aprovechen ese momento para recrear escenas de la caricatura durante la hora de la recepción y posteriormente en otros momentos de recreación.

Gracias a los datos revelados en la muestra cuantitativa y con ayuda de la técnica Psicodramática se logró obtener un avance sumamente importante en la investigación ya que los datos permitieron detallar de manera cercana el consumo de los niños y con las etapas logré hilar varios datos que los niños no revelaban en los datos duros, con esto logré comprender que ambas metodologías lograron reunir los datos necesarios para comprender la recepción de manera cercana y reflexiva.

Como se ve reflejado en la muestra cuantitativa casi el 20% de los niños habían contestado que hacían varias cosas mientras veían las caricaturas, referente a esto, en cada etapa de las sesiones Psicodramáticas los niños reafirman que pertenecen a la nueva generación de consumidores que utilizan múltiples pantallas mientras ven las caricaturas, esto equivale al reconocimiento y naturalización de este tipo de práctica, fomentando una recepción simultánea. Gracias al equipamiento en el hogar los niños se desplazan hacia otra pantalla mientras ven la caricatura “Hora de Aventura”.

A continuación se acotan las observaciones más significativas:

- Los padres no tienen un discurso sólido sobre las razones por las cuáles permite a sus hijos pasar tantas horas frente el televisor. Su discurso está plagado de frases repetitivas (Por falta de tiempo en el trabajo)
- La mediación familiar es muy escasa, al menos en presencia de los padres.
- Los padres no identifican el medio como un agente de socialización del niño por desconocimiento y falta de formación. Esta situación se traduce en una menor sensación de la necesidad de mediar.
- Las familias cada vez coinciden menos delante del televisor. Los niños, cada vez en mayor medida cuentan con una televisión para ver las caricaturas de manera solitaria.
- Los padres desconocen la caricatura favorita de sus hijos.
- Los niños tienen libertad absoluta para ver las caricaturas que desean a la hora que lo quieran.
- Aunque los padres mencionan que existen normas o prohibiciones sobre televisión en los hogares, contrastando los resultados los niños mencionan que no existen.
- Se percibe desinterés por parte de los padres a ser autoritarios al momento de la recepción. Los padres solo reaccionan frente a un exceso en el tiempo de consumo los fines de semana.
- Los padres no tienen la costumbre de ofrecer consejos o sugerencias a sus hijos sobre televisión; las que existen son igualmente arbitrarias y transitorias.
- Los padres no han ideado de forma consensuada un plan de mediación Y formación sobre televisión. Según los padres las caricaturas no forman parte del proyecto educativo de los niños.

## **La teoría y su constante participación**

Durante todo el proceso investigativo se tomaron en cuenta diversos puntos para analizar los diversos comportamientos en los niños que nos llevaran a comprender cuál es la relación que existe entre la recepción y las diversas lecturas que tienen los niños.

En este sentido, logramos observar que la teoría que fue propuesta desde el principio de esta investigación se hizo presente de manera casi inmediata, pues al momento de tener un acercamiento a la recepción infantil logramos identificar que existen múltiples lecturas que el niño utiliza para retomar varios comportamientos y actitudes.

La lectura negociada tal y como lo afirma Hall predomina en la mayoría de las participaciones que tuvieron los niños.

La teoría resultó de un proceso de interpretación que se confrontó y se construyó en el transcurrir de la investigación a través de una búsqueda de significados sobre las actitudes, comportamientos, pensamientos y percepciones de los niños.

El análisis cuantitativo fue un proceso con distintas etapas, pasando de un momento de generalidades y posteriormente se encontraron ciertas particularidades que me permitieron definir a los sujetos que participaron en las etapas de la muestra cualitativa.

El análisis cualitativo fue un proceso con distintas etapas, pasando de un momento descriptivo a uno analítico. Cada sesión Psicodramática fue transcrita en su totalidad y en cada uno de ellos se denotaron los hechos más importantes relacionados con el tema de estudio.

El análisis de datos se determinó utilizando el método de comparación constante, se hizo una categorización sobre la base de datos recopilados los cuales permitieron identificar la forma en que los niños perciben, enfrentan y se comportan ante los contenidos que observan. El análisis de datos permitió la elaboración de categorías,

que a su vez permitieron la construcción de etapas significativas en las cuales se fundamentó el proceso de intervención.

### **Retomando las preguntas centrales de la investigación**

Este proceso investigativo se desarrolló en una interacción cotidiana y directa que abordó la problemática, en un ambiente que permitió evidenciar los significados sociales, culturales y personales que ellos dan a la recepción televisiva y que se desarrolla desde un entorno hogareño, mediado por una historia personal, familiar y social. El objetivo principal fue analizar la realidad bajo el punto de vista de los participantes del estudio.

Una de las preguntas centrales para los fines de la presente investigación, ha consistido en saber cuáles son las actitudes y comportamientos que los niños de la escuela Fray Martín de Valencia retoman de la caricatura Hora de Aventura. La respuesta en general ha sido que, en efecto, la respuesta de los niños a través de sus actitudes y comportamientos fue casi inmediata en relación con la caricatura, pues los diálogos, acciones y actitudes demuestran una variable de temáticas en torno a la caricatura y otras caricaturas como tal. Que los principales imitadores de las actitudes y comportamientos en su mayoría son niños y en menor cantidad las niñas aspiran a hablar o comportarse como los personajes de la caricatura.

Por otro lado, para ambos géneros la actividad de comportarse como una caricatura resultó muy atractiva a la hora del desarrollo de las etapas Psicodramáticas. De ahí que retomen lo que consideran una actitud positiva o negativa según el caso.

Hay niños y niñas que en las muestras cuantitativas negaron casi rotundamente que aprendían algo de las caricaturas, sin embargo, en el actuar pude observar que en efecto, la gran mayoría de niños tienen comportamientos donde utilizan la fuerza de su cuerpo para estimular así el juego frente a otro niño.

### **¿El Psicodrama para la investigación de la recepción, una herramienta útil?**

El uso del Psicodrama resultó un instrumento sumamente útil para el acercamiento con los niños y se obtuvieron varios datos relevantes, a través del juego y el rol de

papeles, los niños mostraron diversas actitudes y comportamientos que nos hablan del tipo de mediación que atraviesan, el tipo de consumo y también las ausencias y carencia de atención que tienen los infantes al momento de la recepción y posterior a ésta, tal y como se había mostrado en la prueba cualitativa, esto generó que en varias situaciones las escenas fuera demasiado evocativas removiendo los sentimientos de los niños.

El haber incluido una indagación de diversas técnicas tuvo como resultado la conjunción de diversos elementos que me permitieron identificar de manera más clara el proceso de recepción como un todo en la vida de un niño, ya que con ayuda de las encuesta pude confrontar diversos datos a la hora de la aplicación del Psicodrama. Esta técnica me permitió acercarme con una mirada investigativa y reflexiva a los sujetos de estudio. Así mismo comprendí que algunas de mis premisas eran erróneas. Retomando las participaciones anteriores también puedo afirmar que esta técnica les permitió a las niñas y niños identificar las cosas que a veces hacen de manera inconsciente. Los niños se auto-perciben y auto-evalúan, también se dan cuenta de la participación que tienen sus padres al momento de ver las caricaturas, comprender lo poco que median los padres su consumo televisivo y de este modo también hablan de una ausencia por parte de los padres a la hora de hablar de los temas que tienen que ver con la caricatura en turno. Para algunos de los casos de estas sesiones los niños no mostraron preocupación por no hablar con los padres de los contenidos que ven en las caricaturas, sin embargo, las niñas se observan más angustiadas por la falta de atención de los padres.

### **Limitantes de la investigación**

Durante la realización de la presente investigación tuve que cambiar diversas fechas que se habían establecido en un inicio para la investigación, esto debido a los permisos que se necesitan para acceder una escuela. Fue difícil comenzar ya que una de las primeras razones que manifestaba el director era que en otras ocasiones otros estudiantes habían querido hacer investigaciones y dejaban los trabajos incompletos o ya no se presentaban en las fechas acordadas. Otra de las razones

fue que al principio de dificultaba fue el acceso ya que el director aseguraba que las condiciones sociales de las familias y la actitud de algunos de los padres usualmente impedían la participación de estudiantes para que participaran dentro de la escuela.

Se accedió a la escuela con un permiso firmado por mi director y con el sello de la escuela. Se me requirió un cronograma de actividades, mismo que fue cambiando. Se me pidió que no se grabara en video a ningún niño porque las normas de las escuelas así lo dictan. Tanto las encuestas como las sesiones se fueron adecuando al calendario escolar y a su vez al de las actividades internas de la misma escuela.



Otra motivo que estuvo presente durante la investigación fueron los festivales, fechas de celebración oficial y sin duda, las horas hábiles dentro de la escuela. Ya que algunas ocasiones los mismos niños ya no querían volver a sus actividades por estar participando conmigo en las etapas de investigación.

Tuve que ser sumamente cuidadosa con los audios y fotografías que logré tomar, ya que dentro de la escuela tienen una protección hacia los niños en verdad que eso está muy bien pues habla de un interés real por los infantes.

Algunos padres estuvieron en desacuerdo con las juntas a las que se convocaron para dar los resultados que se habían obtenido con ayuda de los niños. Algunas madres de familia pedían la participación constante de un taller permanente en donde se trataran más dinámicas de este tipo. Algunos tutores mencionaron que les parecía de suma importancia seguir tocando temas como estos dentro de la escuela para ayudar a la misma escuela y a ellos mismos para mejorar el cuidado con los

niños y entender sus preferencias de cierta forma. Mencionaban varios cambios y preguntas que los niños les hacían después de las sesiones Psicodramáticas.

#### Apuntes a manera de reflexión

- La recepción se vuelve un escape de la realidad y se convierte en una forma de atraer la atención de los tutores en turno.
- Los niños son capaces de reconocer las actitudes y comportamientos de la caricatura; sin embargo, también saben las limitantes que tienen a la hora de actuar. Sólo en un bajo porcentaje los niños se aventuran a experimentar comportamientos demasiado arriesgados.
- Los niños muestran algunos sentimientos encontrados al inicio del Psicodrama, esto ocurre cuando se les pregunta que si hablan con alguien de lo que ven en las caricaturas.
- Los niños reconocen las actitudes y comportamiento que les causan problemas en la escuela; sin embargo, algunos de ellos son consensuados por los propios padres o tutores.
- Los niños relataron y mostraron que tanto en sus casas como en la vida cotidiana utilizan lo que ven en las caricaturas como referente de su realidad. Es muy significativa la presencia de lo afectivo en los testimonios. La relación que tienen los pequeños con la caricatura “Hora de Aventura” se estructura a partir de los diversos momentos en los cuales tiene que tomar una decisión o elegir algo.
- A pesar de que los padres argumentan que los niños ven poca televisión en esta etapa de la investigación podemos observar que si bien las caricaturas en particular “Hora de Aventura” no afectan al niño en efecto existe una negociación de los diversos significados que encuentra en ella.

- La relación que los niños encuentran en la caricatura está estrechamente ligada a varios comportamientos y actitudes que muestran a la hora de relacionarse con otro niño desde los juegos.
- En muchos de los casos retomados para las etapas del Psicodrama los niños muestran una angustia permanente por cosas que ellos mencionan como “cosas de adultos” mismas que relacionan con las caricaturas.
- En algunas de las sesiones que se presentan aquí se sienten solos a la hora de la recepción.
- Los niños que fueron expuestos al capítulo de “La ciudad de los ladrones” usualmente actuaron escenas de su vida real que tenían contenidos violentos asociados a su vida. Sólo en uno de los casos fue retomado por una niña.
- Muchas de las burlas que hacen los niños si alguien se cae o se equivoca pueden observarse durante los capítulos de la caricatura Hora de Aventura. Otro ejemplo son las travesuras, como meterle el pie a otra persona y hacerla tropezar, estos comportamientos se ven de manera natural en el actuar de los niños como algo inofensivo. Esto lo noté durante la organización entre episodios Psicodramáticos.
- Los niños reconocen que existe violencia en los capítulos y que en ocasiones aprenden algunas cosas de las caricaturas, sin embargo; no hablan con los padres de lo que ven o aprenden por falta de tiempo.
- Las caricaturas no se convierten en su realidad, sin embargo; se convierten en parte fundamental y evocativa de su vida cotidiana y de algunos momentos graciosos.
- Los niños también utilizan la caricatura como forma de socialización y muchos de los mensajes que ven en la caricatura se refuerzan al

comunicarse con otros niños que ven la misma caricatura inclusive niños que tengan más edad.

- En el juego de la caja mágica los niños señalan que les gustaría comprar el valor de la amistad y el respeto para que las metieran en las caricaturas.
- Los niños logran establecer algún tipo de vínculo con las caricaturas. Los niños preguntan, y seleccionan los que le interesa ver, y saben diferenciar entre lo que es la vida real y los programas de entretenimientos. Y traen a la realidad, escenas que vieron en las caricaturas pero son regularmente mediadas por un adulto y por las cosas que viven día a día.
- Los niños reconocen las actitudes y comportamientos que son violentos pero los validan una vez que interactúan con otros niños hasta el punto de naturalizar los juegos violentos.
- Los padres median muy poco las distintas apropiaciones que están recibiendo los niños de la caricatura “Hora de aventura”, a falta de tiempo refuerzan y aceptan los diversos mensajes que aceptan los niños de la caricatura favorita de sus hijos hasta el punto de comprarle un objeto o permitir que llame a su mascota (perro) como el personaje de la caricatura “Hora de Aventura.

### **Reporte de conclusiones**

La nueva era digital ha cambiado, sin duda, la mayoría de los medios de comunicación para los niños. Cada nuevo medio constituye parte fundamental de su comunicación y su vida cotidiana. Desde este punto, se puede comprender que los niños no son un receptáculo vacío pero en gran medida todos los contenidos que ahí residen forman parte de un entorno simbólico en el que ellos logran desarrollar gran parte de aprendizaje e interacción con otros sujetos.

Hoy en día no sólo la televisión forma parte de la recepción infantil como se había venido gestando hace algunos años. De hecho, hoy en día existen numerosas investigaciones que hablan de cómo es que la recepción está cambiando drásticamente desde el hogar hasta el lugar más próximo a los niños y siempre van de la mano con las nuevas tecnologías. Y lo creamos o no, los niños de hoy en día nos muestran que la recepción constituye fuente primordial para socializar con otros niños o sentirse conectados en cuanto a temáticas y programas se refiere.

Sin duda alguna dentro de esta investigación pude comprender que la recepción se encuentra constantemente mediada por alguna de las instituciones que tiene como papel fundamental la educación y el aprendizaje de los niños. Sin embargo, los encargados de darle sentido a lo que los niños ven en las caricaturas se ve mermado por el ajetreo diario y la vida dentro de una urbe, sin dejar de lado las innumerables familias están separadas todo el día de sus hijos por el trabajo.

De acuerdo a lo que revelo en el presente estudio, las estadísticas y los resultados son bastante cuestionables, el hecho es que los niños gracias a su condición económica y social se encuentran limitados en cuanto a contenidos educativos en materia televisiva y a su vez también les impide realizar actividades que podrían dedicar para aprender algo cultural. Esto genera que los niños tengan poco contacto con programas verdaderamente educativos, como Plaza Sésamo. Aunque cabe mencionar que muchos niños reconocen en la caricatura “Hora de Aventura” varios mensajes que apropian como un aprendizaje socializante. Ellos utilizan estos comportamientos para negociar o reforzar ideas que tiene del mundo. Cabe aclarar que cada análisis que se realizó en esta investigación reveló que al menos los niños reconocen aprender valores como el valor de la amistad, decir la verdad y ser leal con los amigos.

Otra parte fundamental que a mi parecer generaba bastante expectativa en mí era el papel de los padres como mediadores del conflicto entre el medio y el mensaje o lectura negociada. Y tal y como se afirmaba en las hipótesis los niños tienen gran control sobre la recepción y los horarios. Una de las posibles explicaciones puede

ser el hecho de que la mayoría de los niños explican que tienen poco contacto con los padres a la hora de la recepción, así mismo los padres en los resultados negaron saber por qué sus hijos prefieren más una caricatura de otra o por qué les gusta actuar como alguno de los personajes en particular. Esto sostiene una de las principales apuestas que se gestó desde el inicio de la presente investigación en donde se mencionaba que la falta de tiempo o interés de los padres confundía a los niños en algunos aspectos.



Quizá el mejorar un entorno de recepción de los contenidos podría formular nuevas propuestas de aprendizaje para los niños o inclusive un taller de aprendizaje para la recepción responsable tanto padres como para niños.

Es decir, tomar más responsabilidad de lo que los niños ven en las caricaturas como Hora de Aventura y tantas otras puede orientar a los niños y de ese modo estimular y guiarlos para que saquen mayor provecho de los mensajes que ven, así mismo que logren identificar los mensajes que ponen en peligro su integridad y que los mensajes de las caricaturas dejen de ser una válvula de escape de la realidad para enfrentar los problemas. Bajo este argumento es de suma importancia aclarar que si bien el contexto socio económico es determinante para ellos, algunas de las carencias en materia de comunicación familiar se ven reflejadas en actitudes violentas frente a otros niños. Con esto, reitero que no son las caricaturas hacen que un niño sea violento pero las actitudes reflejan cómo los niños retoman seguridad frente a otros niños y de lo que piensan con ayuda de sus personajes favoritos.

Considero que una posible solución para mejorar la comunicación de la recepción solitaria infantil es comenzar por mejorar la comunicación familiar y escolar. Ya que; de nada serviría que los maestros aclaren algunos mensajes que ven los niños de

las caricaturas, si los padres siguen consensuando algunas actitudes y comportamientos fuera de la realidad.

A veces, esta confusión, reforzamiento, naturalización y apropiación puede ser contraproducente para un niño que se encuentra en una etapa de desarrollo que es fundamental para su crecimiento intelectual y social. No es lo que los niños observan de las caricaturas, en realidad puedo asegurar que es la falta de acompañamiento receptivo o la carente información con la que cuentan los padres la que está generando un problema básico de comunicación familiar y social en el niño.

Lo que aquí se propone es alertar a los padres de familia, tutores y docentes en el tema de contenidos televisivos infantiles. Es necesario crear conciencia sobre una postura crítica y activa respecto a los programas y mensajes que los niños no entienden. Así mismo, atender de manera oportuna la carencia de atención y conocimiento respecto a los mensajes que retoman como violentos y que reconocen como divertidos.

Es decir, los padres por su parte mediante el proceso investigación/intervención podrían ampliar la visión que tienen los niños de los mensajes que ven de las caricaturas y así encauzar sus actitudes o algunos comportamientos. Aprender a percibir las necesidades propias de los niños, conversar más con ellos, les ayudaría a entender mejor su entorno social.

Una conclusión importante que creo pertinente rescatar es el hecho de que las caricaturas en sí no son del todo un mal aprendizaje, simplemente es el mal manejo que se les da. La poca importancia que la misma sociedad al hecho de consumir caricaturas al por mayor.

Los objetivos que se plantearon en un principio se cumplieron de la siguiente manera:

Se precisó el consumo televisivo de los niños con una muestra cualitativa la recepción de la caricatura “Hora de Aventura” y de otras caricaturas así como de las horas. Analicé las diversas actitudes y comportamientos de los niños escuela Fray

Martín de Valencia y pude constatar cuáles han apropiado de la caricatura. También indagué a través de las cuatro sesiones Psicodramáticas en las que los niños de la escuela primaria mostraban actitudes y comportamientos implícitamente o explícitamente aprendidos de dicha caricatura y a su vez se logró determinar a través de sesiones Psicodramáticas los juegos a los que más recurren los niños y niñas para mostrar la apropiación de la recepción de la caricatura “Hora de Aventura”. Y con el acercamiento con los padres pude indagar en la participación y mediación de los padres de familia y maestros respecto a la recepción de la caricatura “Hora de Aventura”.

Contrario a lo que se consideraba en una de las hipótesis en las que afirmaba que la caricatura “Hora de aventura” fomentaba entre los niños y niñas actitudes que repercuten en su comportamiento como violentas, actitudes de individualismo, actitudes prepotentes. Los niños y niñas me mostraron a través de las etapas que muy a pesar de que a su alrededor está lleno de una violencia, ellos toman de la caricatura también comportamientos y actitudes que retoman el valor de la amistad. Y tal y como lo señalé en una de las hipótesis las caricaturas y la tecnología están generando una serie de cambios en los juegos cotidianos de las niñas y niños, esto se ve reflejado en el lenguaje que utilizan y la manera en la que interactúan con otros niños por medio de discursos y comportamientos resultados de estos mismos aprendizajes.

Y por último, se lograron identificar cuáles son las actitudes y comportamientos que los niños están negociando de la caricatura “Hora de Aventura” y si los valores como la amistad, el ser leal se reforzaran generarían entre las niñas y niños una mejor convivencia con esos contenidos que si aceptan como propios. Concientizando y generando mayor responsabilidad tanto en los padres o tutores como en ellos.

## Referencias consultadas

Aguaded, José (1999) Convivir con la televisión: familia, educación y recepción televisiva. Vol. 25. Papeles de Comunicación Paidós, Procedencia del original. Universidad de Indiana. Pág. 356 páginas.

Aguaded. (1999). Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva, Barcelona, Paidós, p. 26.

ALEXANDER, A., "Television and family interaction", en BRYANT, J. (comp.), Television and the American Family, New Jersey, Erlbaum, 1990, p. 211-225.

Alfaro Ventura, (2010) Universidad Centroamericana "JOSÉ SIMEÓN CAÑAS" La Optimización de los resultados de la reforma educativa para enfrentar la Violencia Escolar Mediante la utilización de la televisión. Facultad de Posgrados.

Antón Fernández, Eva. (2001). La socialización de género a través de la programación infantil de televisión. Trabajo de Investigación En materia e igualdad de Oportunidades entre Mujeres y Hombres. Universidad Distrital Francisco José de Caldas. Facultad de Ciencias y Educación. Bogotá

Aranda Juárez, (2007) Estudios de recepción consumo cultural: Comunidades interpretativas. El casa del Gran Herman. Universidad Ramon Llu.

Arce, José (2006) Los estudios de Recepción y los Estudios Culturales en México. FCNE

Arcila Milagros, (2011). Relación entre los niveles de agresividad en la convivencia en el aula en los estudiantes de cuarto grado de primaria Eleazar Guzmán Barrón en Universidad Cesar Vallejo. Escuela Internacional de Post grado facultad de educación. Chimbote, Perú

Arriaga Jordan, P. A. (s/f). Efectos de la televisión en la conducta verbal de infantes de casa cuna. México: Universidad Anáhuac, Centro de Investigación de la Comunicación.

Bandera Cañal, P. B. (1974). La influencia de un programa de televisión como medio educativo en niños y niñas de 3 a 5 años de edad en el DF, en relación al sexo. Tesis de Licenciatura, México: Universidad Iberoamericana.

Bandera Cañal, P. B. (1974). La influencia de un programa de televisión como medio educativo en niños y niñas de 3 a 5 años de edad en el DF, en relación al sexo. Tesis de Licenciatura, México: Universidad Iberoamericana.

Barbieri Daniel. (1993) La historieta como medio de enseñanza. Universidad de Buenos Aires, Ed. Paidós Barcelona- Buenos Aires- México

Barr-Anderson DJ, van den Berg P, Neumark-Sztainer D, Story M: Characteristics associated with older adolescents who have a television in their bedrooms. *Pediatrics* 2008; 121: 718-24. [Links]

Barros, (1930) El arte que sonrío y que castiga, Madrid 1924; La caricatura. Madrid.

Baudelaire, Charles, Pequeños poemas en prosa. Crítica de arte, Espasa Calpe, col. Austral, Madrid, 1968, p. 83.

Beltrán Llera, Jesús y Peña Gallego, Ana Isabel (1999): "El impacto de la comunicación audiovisual en la modificación conductual y cognitiva de los niños, en la Comunidad de Madrid". Ministerio de Educación. Accesible en

Beltrán, Miguel (1985), La cinco vías de acceso a la realidad social, en revista *Revista española de Investigaciones Sociológicas*, Madrid, núm. 29, 7- 72

Beltrán, Miguel (1985), La cinco vías de acceso a la realidad social, en revista *Revista española de Investigaciones Sociológicas*, Madrid, núm. 29, 7- 72

Biblioteca digital mundial ( Con el apoyo de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura Disponible en <http://www.wdl.org/es/item/594/> Renart 8 de noviembre de 2011( Fecha de consulta 23 de mayo 2013)

Boris, Bustamante (2004) "Propuesta de un modelo pedagógico de competencia televisiva con fines educativos Investigación y Desarrollo Universidad Distrital "Francisco José De Caldas

Bustamante (2004) "Propuesta de un modelo pedagógico de competencia televisiva con fines educativos Investigación y Desarrollo Universidad Distrital "Francisco José De Caldas

Cabero Almenara, Julio. (2002) "Retomando un medio: la televisión Educativa". CMIDE-SAV: Medios de comunicación, Sevilla, CMIDE del Excmo. Ayuntamiento de Sevilla y SAV de la Universidad de Sevilla, 161-193.

Cabrero García J, Richart Martínez M. (2010) El debate investigación cualitativa frente a investigación cuantitativa. Amorrortu editores. [Ed. original: Television, Audiences and Cultural Studies. [Serie en Internet]. [Citado 25 Nov 2013]. Disponible

en:[http://departamento.enfe.ua.es/profesores/miguel/documentos/Debate\\_inv-cualitativa\\_frete-inv-cuantitativa.pdf](http://departamento.enfe.ua.es/profesores/miguel/documentos/Debate_inv-cualitativa_frete-inv-cuantitativa.pdf)

Cazeneuve, Jean (1971) La televisión y los niños menores de cinco años, Revista española de la opinión pública No. 23 (Jan. - Mar., 1971), pp. 49-54 en Centro de Investigaciones Sociológicas URL: <http://www.jstor.org/stable/40181510>

Censo de Población y Vivienda, del Instituto Nacional de Estadística y Geografía 2010. Estudio de la Población Mexicana <http://www.inegi.org.mx/>

Certucha, M. R. (1976). Efectos a corto y largo plazo de dos intensidades de un contenido violento sobre la conducta agresiva de los niños en función del tiempo que se exponen a la televisión. Tesis de Licenciatura en Ciencias y Técnicas de la Información, Universidad Iberoamericana, México

Charles Mercedes, “Comunicación y procesos educativos”,

Charles Mercedes, “La escuela y los medios de Comunicación Social” (1988) En perfiles educativos, no. 39, CISE-UNAM, México, ene-mar

Charles y Orozco G. (Comps.) (1990). Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios. México: Ed. Trillas.

Charles, Mercedes y Orozco (1991) Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios (coord.) Estudios sobre las culturas Contemporáneas, vol. IV, núm. 11, marzo, pp. 231

Chavero, H. y García Muñoz, N. (2005). Los hábitos de consumo televisivo de una comunidad extranjera: el caso de estudiantes latinoamericanos en Barcelona. Revista Zer, (19), 191—204.

Cobos, T. (2001). La animación japonesa en el contexto occidental, [En línea]. Colombia. Recuperado en abril de 2010, de <http://tanialu.me/2009/05/26/la-animacion-japonesadesde-el-contexto-occidental/> (Fecha de Consulta: 26 de Mayo)

Coma, Javier, (1978) Los comics: un arte del siglo XX / Javier Coma Ed. Barcelona: Labor: Guadarrama, 204 comunicación y Sociedad, núms.14 y 15, México: Universidad de Guadalajara. Comunicación y Sociedad, núms.14 y 15, México: Universidad de Guadalajara.

Conde, Miranda (1999) La experiencia de ver televisión: respuesta emocional a secuencias audiovisuales de miedo Tesis doctoral dirigida por Esteban Torres Lana. Universidad de La Laguna.

Cornejo, I. (1992). El psicodrama aplicado al estudio de la recepción familiar televisiva. *Comunicación y Sociedad*, (14-15) ,39—64.

Cornejo, I. (1994). ¿Cómo la ves? El psicodrama aplicado para el estudio de la recepción televisiva de los niños. *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva Cuadernos de comunicación y prácticas sociales*, 6, 89-106. Universidad Iberoamericana.

Cornejo, I. (1995). Televisión sí, pero con orden. *Anuario Coneicc de la Investigación en Comunicación*, (2), 217—240.

Corona, (1989) El niño y la televisión: una relación de doble apropiación (el caso de Los Superamigos)". Universidad de Guadalajara. Documentación en Ciencias de la Comunicación p.69-78 <http://ccdoc.iteso.mx/cat.aspx?cmn=browse&id=598>

Corona, Sarah (1986) "Apropiación de los héroes televisivos en. México". Morelia, México: Primer Coloquio Nacional sobre TV. \: y Niños. Mimeo.

Daniele Barbieri (1993). Los lenguajes del cómic. Información General. Autores;; Editores: Barcelona : Paidós Ibérica, : España; Idioma: Español; ISBN :

Dankhe, (1986). Diferentes diseños. Tipos de investigación. Recuperado en <http://www.revistaespacios.com/volumen17>.

Domínguez, Yanetsys Sarduy (2007).El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Revista Cubana de Salud Pública Rev. cub. Salud pública vol.33 n.3 serie en Internet*. [Citado 31 Oct 2013]. La Habana Jul. / <http://dx.doi.org/10.1590/S0864-34662007000300020>

Estudio número 2.391 del CIS. Hasta el momento, tan sólo existen tres publicaciones que contienen datos de ese estudio: DE MIGUEL, A., “Los niños y la televisión”, en *Las transformaciones de la vida cotidiana en el umbral del siglo XXI*, Madrid, CIS, 2002; NÚÑEZ LADEVÉZE, L. y PÉREZ ORNIA, J. R., (2002)“Los gustos de la audiencia infantil y la producción televisiva. El conflicto pragmático de los responsables de la audiencia infantil”, en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 99, pp. 113-143, donde se elaboran algunas hipótesis sobre el sentido de ciertos datos relevantes, particularmente aquellos que tienen que ver con lo que los autores denominan el conflicto pragmático entre los criterios normativos de los padres y ss conductas efectivas. Esta última cuestión también ha sido tratada en LLOPIS, R. y LLOPIS, D., “Ponte a estudiar que yo estoy viendo la tele. Distorsión generacional y contradicción performativa en la percepción de las actividades de ocio de los niños y adolescentes españoles”, En *II Congreso Internacional de Ocio Joven*, 3-5 de abril de 2003. Elche (Alicante)

Farné, Doxa (2008) El problema de la investigación sobre los niños y la televisión Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales, ISSN 1696-019X, N°. 7, 2008, págs. 13-24

Ferrés, J. (2005). La familia frente al televisor: ¿víctima o culpable? Comunicar, 25, 237-242

Fuenzalida Y Herмосilla, M. E., (1989). Visiones y ambiciones del televidente. Estudios de recepción televisiva, Santiago de Chile, CENECA, pp. 7 y 25.

Fuenzalida, (2011) La audiencia televisiva busca afecto y respeto. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui  
<http://oclacc.org/redes/educomunicacion/2011/07/fuenzalida-audiencia-televisiva-busca-afecto-y-respeto/>

Fuenzalida, Valerio (2006) Los niños y la televisión. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, N°. 93, págs. 40-45(<https://www.ibopegb.com.mx/panel/panel.php>)

Fuenzalida, Valerio (2010) Los niños y la televisión. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, ISSN-e 1390-1079, N°. 93, págs. 40-45

Galeano Marin, Maria Eumelia. (2004). Diseño de proyectos en la investigación cualitativa. Medellín: Fondo Editorial Universidad Eafit.

García María, (2003) La influencia de la televisión en los niños. Revista interuniversitaria de didáctica, N° 21, págs. 163-178

García Muñoz, T., (2003). El cuestionario como instrumento de investigación/ evaluación. Serie en Internet]. [Citado 31 Oct 2013]. Disponible en:  
<http://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/17004/Metodología>

Gaya Nuño, (s/f) "La caricatura", en Enciclopedia Ger .Canal Social. Montané Comunicación S.L. Madrid t.3. p. 560. Disponible en [http://www.canalsocial.net/GER/ficha\\_GER.asp?id=3623&cat=arte](http://www.canalsocial.net/GER/ficha_GER.asp?id=3623&cat=arte) (Fecha de consulta 21 de mayo)

Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. y Signorielli, N. (2005). Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación. Comunicación y sociología de la cultura. Papeles de 2005. Recuperado el 15 de enero de 2014, de <http://www.nombrefalso.com.ar/apunte.php?id=3>

González, D. (2006). En busca del entretenimiento. Televisión y audiencia juvenil en la frontera norte. Comunicación y Sociedad, (5), 157—179

Grandío, M (2009) El entretenimiento televisivo: un estudio de audiencia desde la noción de gusto. *Comunicación y sociedad: Revista de la Facultad de Comunicación*, Vol. 22, N<sup>o</sup>. 2, págs. 139-158

Guadarrama, L.A. (1999). Familias, telenovelas y futbol. Estudio de caso desde el enfoque sistémico. *Anuario Coneicc de Investigación de la Comunicación*, (5), 147—176.

Hodge, Bob. *Los niños y la televisión* / Bob Hodge, Davi Publ O Co, Co D Tripp Madrid: Planeta, c1988. 283 p.

[http://www.cnice.mecd.es/tv\\_mav/tvedu/invdoc /impacto.htm](http://www.cnice.mecd.es/tv_mav/tvedu/invdoc /impacto.htm)

[http://www.cnice.mecd.es/tv\\_mav/tvedu/invdoc /impacto.htm](http://www.cnice.mecd.es/tv_mav/tvedu/invdoc /impacto.htm)

<http://www.ipuntotv.com/Notas/Noticias%201040.html>

<http://www.ipuntotv.com/Notas/Noticias%201040.html>

Huerta, E., Garagarza, I. y Villegas, R. (1999). Percepción de la violencia en televidentes del área metropolitana de Monterrey, México. *Comunicación y Sociedad*, (36), 171—198.

Ibope México, (2012) Datos de Latinoamérica

Ignasi, Bofarull (1997) La violencia en televisión y sus efectos en niños y adolescentes. *Comunicación y pedagogía: Nuevas tecnologías y recursos didácticos*, ISSN 1136-7733, N<sup>o</sup> 145, págs. 48-49

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010). Censo de población y vivienda. Recuperado en mayo de 2010. Disponible en:  
<http://www.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=tin242&s=est&c=26490>

*International Journal of Educational Development* (2010) 17 (4): 405–15. M.T. Tatto.

Investigación sobre Sociedad de Informática y Medios de Comunicación, 2001, Instituto de Comunicación de Dentsu; Informe de Contenido Digital, 2002, Asociación Japonesa de Contenido Digital; Datos 2001 publicados por la Asociación Japonesa de Productores de Cine Animado; Estudio dirigido en 2002 por La Organización Japonesa de Comercio Exterior; Toei Animation.

J.L. Moreno. *Psychodrama. First Volume*. Beacon, N.Y., 1985, p. 10

J.L. Wright, T.L. Cheng, R.A. Brenner (2004) Contemplación de la violencia en la televisión por parte de los niños ¿Ejercen un control los padres? Vol. 58, Nº. 1, pág. 63

Juárez Mendias, R. E. (1989). Los estudios sobre la recepción. Guadalajara: ITESO.

La nación.com (Edición Impresa) Disponible en:  
<http://www.lanacion.com.ar/1415174-por-un-museo-de-la-caricatura> (Fecha de Consulta: 21 de Mayo 2013)

Lazo Carmen Marta (2004). Análisis de la audiencia infantil: de receptores de la televisión a perceptores participantes. Tesis doctoral dirigida por Agustín García Matilla. Universidad Complutense de Madrid. <http://eprints.ucm.es/tesis/inf/ucm-t28490.pdf>

Lazo, Carmen (2006). La guía paterna en el consumo televisivo: un modelo cuantitativo y cualitativo en el aprendizaje de contenidos, en Ámbitos. Recuperado en octubre de 2008. Disponible en:  
<http://grupo.us.es/grehcco/ambitos%2015/15lazo.pdf>

Leetoy, S. (1998). Percepción, consumo y apropiación de los dibujos animados de la barra infantil de canal 5 entre niños de 8 a 10 años de la ciudad de Zacatecas: El caso de Dragon Ball Z. Tesis de Maestría, Tecnológico de Monterrey, Monterrey, México

López de La Roche, Maritza. (2000). Los niños como audiencia. Santafé de Bogotá: ICBF / Ministerio de Comunicaciones. Recuperado en octubre de 2014. Disponible en:

López, D.F. (2004). Consumo de medios en estudiantes de secundaria de Bogotá. Una mirada desde cuatro escuelas de comunicación. Palabra-Clave, (10), <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=64901008&iCveNum=3691>.

Lorduy Miranda, Johana (2011) Universidad Sergio Arboleda. Escuela de Comunicación Social y periodismo Santa Marta Colombia.

Lozano, J.C. (1994). Recepción y uso de medios de comunicación en jóvenes fronterizos. Anuario Coneicc de Investigación de la Comunicación, (1), páginas 217—246.

Lozano, J.C. (2003a). Consumo y lecturas negociadas de noticieros televisivos en Monterrey, Guadalajara y México DF. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, (9), 43—56.

Marks-GREENFIELD,

Martinez Zarandona (2002). *¿Quién decide lo que ven los niños?* México: Editorial Pax México. France Télévisions.

Martínez, D. (1994). Exposición a televisión, uso de medios impresos y razonamiento verbal entre niños. *Anuario Coneicc de Investigación de la Comunicación*, (1), 267—304

Martínez, Pilar (2001) *Los niños y el negocio de la televisión: Programación, consumo y lenguaje*. Comunicación Social. 1era edición: Mangleses de la Lampreana (España)

Moral Pérez, E del (Equipo de investigación del PNTIC del Mec) (1992): “La infancia televisiva: Problemáticas y perspectivas de las programaciones infantiles”, en *La investigación en Comunicación, Ponencias del II Simposio de la Asociación de Investigadores en Comunicación del Estado Español*, Madrid; Pág. 177-180

Moral, Pérez (1996) Incidencia de los dibujos animados de televisión en el aprendizaje sociocognitivo de los niños/as de primaria. *Revista miscelánea de investigación*, ISSN 0212-6796, Nº 14, págs. 181-202

Moreno, Aznar (2007) Consumo de televisión y nivel socioeconómico en niños y adolescentes. *Revista española de pediatría: clínica e investigación*, Vol. 63, Nº. 6, págs. 458-463:

Morley, D (1996) *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu, Buenos Aires, pp. 111-147

Morón, F (2003) “Un estudio en España para conocer el consumo televisivo infantil Audiencias y medios de comunicación / coord. Por Juan José Igartua, Ángel Badillo Matos. *Comunicar*, 36, 7-8. (DOI: 10.3916/C36-2011-01).

Muñoz, F (1994); “Efectos de la televisión en los niños”, en MARCH CERDÁ, Joan Carles (coord.); *La generación TV*, Escuela Andaluza de Salud Pública, Granada.

Musitu, (2003). *Educación familiar y socialización de los hijos*. Idea Universitaria, Barcelona, 2003.- Nickelodeon and Yankelovich (1997). *Racing out to a Generation Taking Shape*. Nickelodeon/ Yankelovich.

Navarro, (2003) La Interacción Entre Las Familias y la Televisión: Un Estudio en Aguascalientes Ciencias sociales y humanidades: Comunicación UAA, 2003, 192 páginas.

Neveu, Erick (1989) La televisión pour enfats. Elements pour une sociologie du champ et de la réception, París, CNRS.

Nigro, P. (2009). Tres miradas sobre la televisión: docentes, padres y niños. Colombia: Universidad de la Sabana Facultad de Educación. [En línea]. Consultado el 17 de abril 2014. Disponible en:  
<http://site.ebrary.com/lib/bibliotecausasp/Doc?id=10345448&ppg=7>

Niño Díez, (2004). Niñez, juventud y televisión en Colombia. Una tarea aplazada. The Communication Initiative Network.  
<http://www.comminit.com/en/node/150519>. Nueva York: Routledge, 1992]

Olabuénaga, J (1998) La investigación cualitativa. Dónde estamos. Psicología comunitaria: fundamentos y aplicaciones / coord. Por Antonio Martín González, págs. 65-80

Orozco, (2010). Audiencias ¿siempre audiencias? Conferencia Magistral en el marco del XXII Encuentro Nacional AMIC 2010 ¿Comunicación posmasiva? México: AMIC y la Universidad Iberoamericana (junio).

Orozco, G (1994). Recepción televisiva y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia. Televidencia. Perspectivas para el Análisis de los Procesos de Recepción Televisiva", Cuadernos de Comunicación y Prácticas sociales, no. 6, pp. 69-88 México: Universidad Iberoamericana.

Orozco, G, (1992): "Familia, televisión y educación en México", in Guillermo Orozco (comp.): Hablan los televidentes: Estudios de recepción en varios países, México, Universidad Iberoamericana, pág. 11-32.

Orozco, G. (1990). Notas metodológicas para abordar las mediaciones en el proceso de recepción televisiva. Cuadernos diálogos de la comunicación, 2. FELAFACS.

Orozco, G. (1996) Televisión y audiencias, un enfoque cualitativo". México D. F/ Madrid: Ediciones de la Torre/Univ. Iberoamericana, México.

Orozco, G. (1996). Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo. Madrid, España: Ediciones De la Torre.

Orozco, G. (2001) Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la 'televidencia' y sus mediaciones. Revista Ibero Americana n° 27 Reformas educativas.

Orozco, G. (2001). Televisión, audiencias y educación. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.

Orozco, G. (comp.) Hablan los televidentes: estudios de recepción en varios países. México: Cuadernos de comunicación y prácticas sociales Núm. 4, pp. 26-27.

Orozco, G. (comp.) Hablan los televidentes: estudios de recepción en varios países. México: Cuadernos de comunicación y prácticas sociales Núm. 4, pp. 26-27.

Orozco, G., (1987). Televisión y producción de significados (Tres ensayos). México: Universidad Iberoamericana.

Orza, (2001) Formulación de un modelo integral para el análisis estructural de la realidad y la ficción en el discurso televisivo Tesis doctoral dirigida por Ángel Rodríguez Bravo. Universidad Autónoma de Barcelona.

Otero, (1997). Teorías de la comunicación. Editorial Universitaria, Santiago.

Otero, Martínez Juan (2011) La protección de la juventud y la infancia como límite a las libertades informativas en los medios audiovisuales Tesis doctoral dirigida por Alexandre H. Català i Bas. Universitat de València

Pacheco, Teresa (2001) La investigación social y la formación de recursos humanos en Chiapas. Vol. 36 de Cuadernos del CESu Colaborador. Universidad Nacional Autónoma de México. Centro de Estudios sobre la Universidad UNAM, pág183.

Página oficial Hora de Aventura: <http://es.horadeaventura.wikia.com/wiki/Finn>

Página oficial Hora de Aventura: <http://es.horadeaventura.wikia.com/wiki/Finn>

Papalini, V. (2006), Anime: mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario social. Argentina: La Crujía Ediciones.

Pasquier, (1999): la culture des setiments. L` experience t`elivisuelle des adolescents, París, Èditions de la Maison des sciences de l`home.

Patricia, (1985) El niño y los medios de comunicación, Morata, Madrid

Peralta, Leonardo. (2002) "Animación japonesa: una educación sentimental en Latinoamérica", en Razón y Palabra. Número 25, Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/inmediata/2002/marzo.html> (Fecha de Consulta: 26 de Mayo 2014)

Peralta, Leonardo. (2002) "Animación japonesa: una educación sentimental en Latinoamérica", en Razón y Palabra. Número 25, Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/inmediata/2002/marzo.html> (Fecha de Consulta: 26 de Mayo 2014)

Pérez Ornia, Luis Núñez Ladevéze Zer. Lo que los niños ven en la televisión. : Revista de estudios de comunicación = Komunikazio ikasketen aldizkaria, ISSN-e 1137-1102, Nº. 20, 177 págs.

Pérez, Guillermo (2007) Niños y televisión de la rutina a la actividad Aula de infantil, Nº. 39, 2007, págs. 30-31

Picón, (1877); Apuntes para la historia de la caricatura, Madrid B. LYNCH, A history of Caricature, Londres 1926; J. Francia.

Pineda, José (2005) La televisión digital en el hogar mexicano: Domesticación y consumo de una innovación tecnológica Tesis doctoral dirigida por Josep M. Martí Martí. Universitat Autònoma de Barcelona. España.

Política y caricatura: [dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/72633.pdf](http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/72633.pdf)

Popper K, CONDRY, J. (1998) La Televisión Mala Maestra. Fondo de cultura.

Posada Álvarez (1999) Violencia y manipulación en la programación infantil de televisión Tesis doctoral dirigida por Tomás Bethencourt Machado. Universidad Internacional de Andalucía.

Prado Neuenschwander (2007) La interacción entre el relato del mundo televisivo y de la vida real en el proceso de construcción emocional infantil Tesis doctoral dirigida por Miquel Rodrigo Alsina. Universidad Autònoma de Barcelona.

Quiroz, Teresa (1988) La recepción crítica de televisión Volumen 8 de Cuadernos CICOSUL Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Lima, 62 página.

RAZÓN Y PALABRA .Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación

- Rebeil, Corella María (2010) *Ética e identidad Cultural, la influencia de los contenidos mediáticos*. México Porrúa. Universidad Anáhuac, Plantel Norte.
- Reinares Lara, Alejandro Perales Albert, Jordi Busquet Durán, Alfons Medina i Cambrón, Silvia Morón Sompolinski (2008) *Análisis del consumo televisivo por parte de los niños entre 7 y 12 años. Una aproximación cuantitativa Investigar a comunicación [Recurso electrónico]: Investigar la comunicación: Actas y memoria final: Congreso Internacional Fundacional AE-IC, Santiago de Compostela*.
- Renero, M. (1992). *De géneros televisivos y usos familiares. Comunicación y Sociedad*, (14/15), 19-38.
- Rincón, Omar, (2002) *Televisión Infantil: voces de los niños y de la industria televisiva*. Convenio Andrés Bello. Fundación Restrepo Barco. Bogotá.  
www.cntv.org.co Estudios e investigaciones académicas
- Rodríguez, (1992) "La televisión y los españoles", Madrid Cebrián DS, M. (1991): "La interpretación de los mensajes televisivos por la infancia", *Comunicación, lenguaje y educación*, Málaga.
- Rodríguez, (2009), cita el trabajo de McCarthy "la pantalla hace de la experiencia de esperar una actividad, pero además designa un espacio de espera. Es así como el ver televisión es una forma legitimizada para pasar el tiempo" (p. 8).
- Rodríguez, S. (2009). *El ritual televisivo. Las articulaciones que le dan sentido*. Tesis de doctorado. México: UNAM.
- Rogoff, B. (1993). *Aprendices del pensamiento. El desarrollo cognitivo en el contexto social*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- Samaniego, Medrano (2009) *El perfil de consumo televisivo en adolescentes, jóvenes y adultos: implicaciones para la educación*. Universidad del País Vasco. Escuela de Magisterio. San Sebastián, España.
- Santoro, Eduardo. *La televisión venezolana y la formación de estereotipos en el niño*. UCV, Caracas 1980.
- Santos (2009) *la relación adulto- niño y las dinámicas familiares en una investigación de recepción y apropiación de mensajes massmediados Investig. Desarrollo*. vol.17 no.1 Barranquilla.
- Savater, F. (1974), *Escritos politeístas*, Madrid: Editora Nacional. Bunge, Mario. *La ciencia, su método y su filosofía*. 1959 Cornejo, I (1992), "El psicodrama aplicado en el estudio de la recepción familiar televisiva",

- Sierra Bravo, R. (2005); Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios; Madrid, Paraninfo (varios temas).
- Silverstone, Roger, Televisión y vida cotidiana, 1ª edición, Buenos Aires, Amorrortu editores, 1996, 313 páginas.
- Solum, Burak (2001) Adolescencia y juventud en América Latina. , Compilador; Cartago: Libro Universitario Regional. Costa Rica.
- Strasburger, (1986) Does television affect learning and school performance? *Pediatrician* 38: 141-7.
- Telos, Aroldi (2007) Comportamiento infantil. Consumo mediático y cultura del consumo Cuadernos de comunicación e innovación, ISSN 0213-084X, N°. 73, págs. 85-92
- Thakkar, (2006) Garrison MM, Christakis DA: A systematic review for the effects of television viewing by infants and preschoolers. *Pediatrics*; 118.
- Thomson, J. (1998), Ideología y Cultura Moderna, México: UAM-Xochimilco. Ochoa, Artículos de revistas
- Torrecillas, Lacave (2013): “Los padres, ante el consumo televisivo de los hijos: Estilos de mediación”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 68. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 027 a 054. Recuperado el 5 de junio de 2014, de [http://www.revistalatinacs.org/068/paper/968\\_CEU/02\\_Torrecillas.html](http://www.revistalatinacs.org/068/paper/968_CEU/02_Torrecillas.html) DOI: 10.4185/RLCS-2013-968
- Torrecillas, Lacave, T. (2012): “Características de los contextos familiares de recepción televisiva infantil. La responsabilidad mediadora de los padres”. *Sphera Pública*, 12, pp.127-142.
- UNICEF, Informe del Estado Mundial de la Infancia, año 2012.
- Valdearcos, (2008) “Romanticismo y realismo”, *Clío* 34, ISSN 1139-6237. Disponible en (<http://clio.rediris.es>)
- Vega, A. (2005). *Contruyendo Puentes: La identidad de género de los jefes de familia y la recepción televisiva. Comunicación y Sociedad*, (4), 127—145.
- Venegas, (2002) Televisión infantil: voces de los niños y de la industria televisiva. Convenio Andrés Bello (Organization), Volumen 7 de Colección Televisión & educación Volumen 7 de Televisión & educación Fundación Antonio Restrepo Barco Convenio Andrés Bello. 229 páginas.

Vergara Ana, Chávez Pulina, Vergara Enrique, Leyton Polis, (2010) Televidencia y vida cotidiana de la infancia. Un estudio de casos con niños y niñas de Santiago. Revista académica de la Universidad Bolivariana, N°. 26

Villacastín, R. (2002). Víctima de la fama. Revista Mujer de hoy. N° 183, 58.

Villanueva García (2009) Influencia de las caricaturas en los niños de 4 a 6 años de edad, que habitan en el municipio de Sola Vega Oaxaca. Colegio de Libre Universitarios

Visauta, B (1998) Análisis estadístico con SPSS para Windows. McGraw-Hill. Madrid España.

Walker (1988), citado por Cea D´Ancona (1996). pág. 57.

Wilbur Schramm (1992) La Ciencia De La Comunicación Humana en... Pl. Y Comunicación Catherine Cudicio pág.240

[www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx).

[http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/ultimas/37\\_Franco\\_M75.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/ultimas/37_Franco_M75.pdf)

Zárate, García (2007) Relación entre la televisión y la manifestación de problemas conductuales en niños preescolares. Enseñanza & Teaching: Revista interuniversitaria de didáctica, N° 25, págs. 69-76