

COLECCION
ENSAYOS



TELEVISION Y
JUEGO INFANTIL
UN ENCUENTRO CERCANO
SARAH CORONA



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD XOXIMILCO

Televisión y juego infantil. Un encuentro cercano

Sarah Corona Berkin



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
UNIDAD XOCHIMILCO

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA
Rector General, Dr. Oscar González Cuevas
Secretario General, Ing. Alfredo Rosas Arceo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA-XOCHIMILCO
Rector, Arq. Roberto Eibenschutz Hartman
Secretaria, Lic. Cesarina Pérez Pría

Colección Ensayos

COORDINACION DE EXTENSION UNIVERSITARIA
Coordinadora, M. en C. Magdalena Fresán Orozco
Jefe de Producción Editorial, Lic. Virginia Careaga

Cuidado de la edición: Lourdes Gómez Voguel
Diseño de la portada: Julieta González
Ilustración: Paula Rodríguez

ISBN 968-840 483-7
Primera edición

Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco,
Calzada del Hueso 1100, Col. Villa Quietud, 04960, D.F.
Impreso y hecho en México

Reconocimientos

En un interés por acercarme a la relación entre el juego infantil y la televisión, me propuse llevar a cabo este trabajo de investigación. El libro es el resultado de la observación empírica de múltiples situaciones de juego, así como de una reflexión teórica en torno al problema. Este producto no hubiera sido posible sin la colaboración de los niños, que con entusiasmo me permitieron observarlos durante sus recreos. A ellos un agradecimiento particular.

Por otro lado, la investigación realizada en el marco del doctorado en Comunicación Social de la Universidad Católica de Lovaina, se benefició de la ayuda y el apoyo de numerosas personas. Agradezco aquí al profesor André Berten por interesarse en el tema y por sus amigables comentarios. A la profesora Alicia Poloniato por haber asesorado pacientemente las diferentes etapas de su elaboración.

También estoy en deuda con mis compañeros profesores de la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, que aportaron valiosas contribuciones en diferentes momentos. Un reconocimiento especial a Raymundo Mier, Ana María Nethol, Carmen de la Peza y Margarita Zires. Trabajaron en la observación y registro de los juegos, la profesora Rosa María Aponte y las entonces alumnas de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Autónoma Metropolitana, Angeles Trujillo, Sofía de la Mora y Araceli Suárez. A ellas también gracias.

Finalmente una mención especial a mis amigos Yves y Miriam Dricot y Carmen Luna; al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología; al Ministerio de la Comunidad Francesa en Bélgica y a la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco, que me permitieron llevar a cabo la fase final de este proyecto.

A mis padres,
que me enseñaron a
jugar a la mamá.

A mis hijos, Sarita y David
que me permiten
seguir jugando.

Sarah Corona Berkin, licenciada en Ciencias y Técnicas de la Información por la Universidad Iberoamericana, obtuvo su maestría y doctorado en Comunicación Social en la Universidad Católica de Lovaina. Ha publicado libros dedicados a niños, como: *No sólo para envolver sirve el periódico*, *Juguemos a salvar nuestra tierra*, *El genio en la botella*, *Uso activo de la televisión*, así como artículos especializados en el juego y los medios de comunicación. Es profesora investigadora de la UAM-X; y actualmente jefe del Departamento de Publicaciones Infantiles de la Dirección de Publicaciones del CONCA (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes) SEP.

Indice

Introducción	7
Definición del problema.....	7
Indicadores de clase social y edad.....	12
<i>Corpus</i> de juegos y programas de televisión	14
Presentación de resultados.....	15
 Capítulo I.	
De las agencias de publicidad a las universidades	21
Los estudios de efectos.....	23
Estudios y perspectivas críticos.....	37
Estudios sobre usos y gratificaciones.....	40
 Capítulo II.	
Televisión y niños: una doble apropiación..	
La interacción niño-televisión vista desde el consumo cultural.....	47
Definición de conceptos. Clases sociales..	52
El niño. Perspectiva psicológica y psicoana- lítica.....	57
El juego. Definición psicológica y psicoana- lítica.....	68
 Capítulo III.	
Los programas y los juegos	83
El modelo actancial.....	87
El modelo semántico por semas	89

Los actantes y los ludemas.....	91
El Sujeto en la T V y los juegos.....	91
El Objeto en la T V y los juegos.....	94
El Destinatario en la T V y los juegos...	98
El Ayudante en la T V y los juegos.....	101
El Oponente en la T V y los juegos.....	111

Capítulo IV.

Conclusiones: Reproducción televisiva <i>versus</i> cotidianeidad	119
El Sujeto.....	120
Su Objeto.....	127
Su espacio.....	132
Sus herramientas.....	136
Recapitulación	146

Anexos.....	153
Anexo I. Síntesis de los criterios para definir las clases sociales de los niños observados.	153
Anexo II. Síntesis de la muestra piloto y de los criterios que definieron las observaciones.	155
Anexo III. Parámetros de observación....	159
Anexo IV. Juegos prototipo.....	165

Bibliografía	169
---------------------------	-----

Introducción

Definición del problema

La relación entre la televisión y el niño no es mecánica ni es instrumental, es de apropiación, o "comunicación" en el sentido que Héctor Schmucler precisa: "La razón tecnocrática, meramente instrumental, encuentra su negación en la versión ontológica-moral de la comunicación, consagrada desde sus orígenes: comunicar es comulgar. Más allá de su connotación religiosa, la acción comunicativa es un hecho ético, es decir político, no instrumental".¹ El niño, pensamos "comulga" no "reacciona", con los personajes que aparecen a diario en la pantalla de su televisión.

En este trabajo buscamos apartarnos de la visión mecánica del proceso comunicativo, del polo emisor como único elemento activo, de la tecnología como mediadora neutra y de los efectos como un momento separado del resto. No creemos en la pasividad del sujeto que mira la televisión ni en su racionalidad pura, implícita, en muchos estudios. Creemos percibir un imaginario que se opone a la homogeneización cultural que ambicionan unos y temen otros. Un imaginario que aumenta las posibles lecturas y abre puertas a lo inesperado, contra los supuestos efectos únicos.

Con esta inquietud partimos del niño, no como una forma más de desmembrar el fenómeno de la comunicación, sino como el lugar donde, finalmente, adquiere

significación el proceso. Partimos del niño y de sus condiciones de existencia que van a participar en la apropiación que haga de lo que le ofrece la televisión. Nos interesamos menos en el contenido, es decir en las configuraciones del mensaje que suponen ser leídas de una forma, y más en el acto de apropiación. La significación no la vemos en la inmanencia, sino en lo que el niño (según su situación) hace o deshace con la lógica del producto cultural que se le ofrece.

Así optamos por ver la *apropiación* de los mensajes de la televisión que nos permite acercarnos a la relación entre el receptor y la televisión reconociendo la actividad del primero, así como algunas características de los mensajes. De esta forma hemos llegado a proponer la relación de la televisión con el niño como de una "doble apropiación". La televisión toma en cuenta la competencia del niño apropiándose de sus sentimientos, capacidades y gustos para elaborar un producto cultural. Los niños, a su vez, hacen suyo el programa de acuerdo a su competencia que es indisociable de sus condiciones de existencia. Aclaramos que nuestra metodología se dirige sobre todo al estudio de la apropiación infantil de los programas de superhéroes y menos a la apropiación televisiva del mundo infantil. En este aspecto sólo aludimos a los contenidos televisivos para relacionarlos con la recepción infantil.

El partir de la apropiación nos ha permitido tomar en cuenta las condiciones de existencia del niño, léase clase social, sexo y edad, lo cual nos pone en un lugar favorecido frente a algunos estudios funcionalistas y críticos ortodoxos que conocen poco a sus receptores e infieren más sus resultados de los contenidos de la TV y de las respuestas condicionadas de los receptores, que de la situación real de quienes la ven. Debemos aclarar que con el concepto de apropiación hemos podido entender las regularidades posibles por clase social, sin abordar los casos individuales ni las respuestas sorpresivas que sugiere la televisión.

Este recorte trata de entender las prácticas desde las estructuras sociales. Nos permite acercarnos a las apropiaciones

ciones según las clases sociales y no favorece el estudio puramente psicológico del fenómeno. El aspecto afectivo, elemento importante en el consumo cultural se descuida cuando se pone énfasis en lo económico. Sin embargo, al incluir el sexo y la edad entre las condiciones de existencia del niño hemos tratado también de integrar algunas condiciones transclasistas y determinantes de la apropiación televisiva.

El tomar como punto de partida la apropiación ha aportado un aspecto más. Hemos abordado las clases sociales no sólo en su término económico sino en su aspecto simbólico. De esta forma hemos comprendido la reproducción social refiriéndonos a las estructuras no conscientes de pensamiento, percepción y acción que están siendo incorporadas por el niño en y por sus condiciones de existencia.

Abordamos al niño en su juego, ya que de esta forma es observado en su medio cotidiano y no bajo condiciones controladas y artificiales de laboratorio. Las encuestas y los cuestionarios, si bien arrojan datos preliminares interesantes para el estudio de la televisión y los niños, tienen serias limitaciones en el estudio de la apropiación televisiva infantil. Si bien los métodos cuantificables "corrigen" algunas distorsiones provocadas por la multiplicidad de elementos, producen nuevas deformaciones que generalmente pasan inadvertidas. Dice Bourdieu: "quizá la maldición de las ciencias del hombre sea la de ocuparse de *un objeto que habla*".² Tomando literalmente su frase buscamos con el juego una expresión más natural, espontánea y afín a todos los niños.

Pero el juego no se agota en su descripción de herramienta técnica a través de la cual los analistas de niños (incluidos nosotros) piensan reconocer un mundo interior infantil. El juego es también "lo que no sirve", "lo inútil". Los niños juegan por jugar como una finalidad sin fin inmediato. Y sin embargo, el juego está presente en todos los grupos humanos, aun en aquellos, como en el caso de los puritanos que se rigen por la ética de la producción y

reprueban el desperdicio y el ocio. El juego pareciera ser un elemento fundamental del ser humano, opuesto a la lógica de la tecnología, a la elección racional y a las estrategias con propósitos determinados.

El juego por su gratuidad le confiere al niño una experiencia de la libertad.

Pero no significa que en el juego se pierda el niño, como en un trance hipnótico. El niño sabe que juega y lo reafirma cuando dice que "es de mentiritas", "*dizque yo era*". Gracias al "como si", el juego se convierte en un espacio protegido donde se puede entrar y salir a voluntad, sin riesgo. En esta zona se pueden golpear a las muñecas, destrozarse las naves y los enemigos, ser mamá y astronauta y de antemano las responsabilidades están limitadas. En el juego se puede rectificar lo que en la vida molesta, oprime o es inalcanzable, dentro de un marco que por convención se establece.

Crear nos remite a una parte esencial del juego. Cuando se inventa y no se reproduce de idéntica manera se apela a la imaginación. Al jugar el niño imagina, construye fantasías y produce un discurso, expresión de elementos reprimidos, quizá olvidados, deseos y energías insatisfechas. Jugar es experimentar la vida en el entrelazamiento de lo subjetivo y lo objetivo. Winnicott lo explica como la zona intermedia entre la realidad interna y la realidad compartida del mundo, un vaivén recíproco entre la originalidad y la aceptación.

En suma, en el juego coexisten libertad y convención en estado de reconciliación. Se le agrega algo más a lo real para poder vivir en lo real. Y es quizá esto lo que acerca al niño a la televisión. Percibimos una relación entre la TV y el juego infantil y nos preguntamos ¿por qué la TV apela al juego y como si fuera juguete se convierte en soporte de éste? ¿qué parte de la TV reproducen los niños en sus juegos? ¿qué relación tiene con las características del juego y del referente? ¿qué lugar ocupan las condiciones de existencia en la apropiación que hacen los niños de la TV?

Nuestras observaciones se centraron en el juego de los superhéroes, ya que el mismo posee características como la de ser grupal y jugado durante el recreo escolar, espacio-tiempo destinado y reconocido por los niños como marco natural para el juego colectivo.

En este contexto, el juego de los superhéroes junto con el juego de la mamá son los juegos simbólicos espontáneamente más practicados. Optamos por estudiar el juego de los superhéroes ya que el referente del juego, el programa televisivo, es el mismo para niños de las dos clases sociales, siendo el elemento variable la apropiación que hacen unos y otros. En el caso del juego de la mamá, consideramos que si bien aparecen personajes mamás en la televisión, el espectro de origen es tan amplio que es prácticamente inabarcable. Además el juego de la mamá tiene raíces culturales anteriores a la aparición de la televisión.

Los superhéroes nos interesan además porque el referente tiene la característica de ofrecer modelos sexuales femeninos y masculinos con los que los niños pueden identificarse.

Ahora bien, el juego de los superamigos no es un tema donde participan generalmente las niñas y en la segunda opción, el juego de la mamá, son los niños los que raramente participan. Consideramos que ambos casos son significativos y optamos por el juego con el referente social que parecía ser más gratificante y por lo tanto susceptible de imitar por los niños, ya que éste (el superhéroe) encierra aspiraciones altamente valoradas en nuestro sistema. Buscamos de esta forma darles igual oportunidad a niños y niñas de ser, por lo menos durante el juego, personajes igualitarios, ya que las superheroínas televisivas comparten características similares a las de sus compañeros varones.

En resumen por "una apropiación infantil de los mensajes televisivos" entendemos lo que los niños toman, no de forma idéntica, sino como en el juego, por partes, y lo mezclan y transforman para su propia satisfacción.

En otras palabras “apropiación” se contrapone a efectos, ya que implica una selección y producción diferenciada del referente televisivo según las condiciones de existencia del niño. También se diferencia de “uso” en cuanto que se remite a una zona imaginaria y no tiene un propósito productivo, pragmático o utilitario. La apropiación, como el juego, se remite a ese lugar no serio, de los actos sin fines, de lo no racional. de las pasiones. Quizá del éxito de la TV es que se dirija precisamente a ese espacio y quizá por eso los niños que observa J. Komorowska³ no “usan” los elementos educativos conforme a la ideología pragmática del sistema en que viven y que muestra su televisión. Sus niños se apropian del Zorro y de Lancelot, la parte del héroe, de la omnipotencia, de la fuerza, la pasión, más no retoman del referente la caballerosidad ni la compasión frente a sus compañeros más débiles. Los niños parecieran no “usar”, sino “recrear” la televisión en un espacio lúdico.

El estudio fue llevado a cabo con niños mexicanos de cinco años que habitan en la ciudad de México y que pertenecen a dos clases sociales, ya que buscamos ver la apropiación que hace cada grupo según las herramientas que le confieren su clase social, su sexo y su edad. En el trabajo no se efectúa una lista exhaustiva de todas las apropiaciones posibles, así como tampoco fue posible aislar todas las causas de tales apropiaciones. Sólo pretendimos acercarnos a una práctica televisiva infantil y a algunos de los múltiples factores que actúan entrelazados en el momento de apropiarse los contenidos televisivos.

Indicadores de clase social y edad

Hemos partido del concepto bourdeano de clases sociales como variable definitiva en la apropiación televisiva.

Por lo tanto elegimos dos grupos de niños cuyos padres se ubican lo más distante posible en la estructura económica con el fin de observar las apropiaciones que éstos ha-

cen de la TV y obtener datos del consumo del medio, según condiciones diametralmente distintas de existencias.

De esta manera hablaremos de C1 y C2 refiriéndonos a niños de extracción burguesa y extracción obrera, más no sólo en el sentido economista productivista tradicional del término, sino refiriéndonos a aquellas estructuras inconscientes de pensamiento, percepción y acción que han sido incorporadas al sujeto en y por las condiciones objetivas y que se manifiestan en un determinado *habitus*. Seguimos criterios socio-económicos y socio-culturales para seleccionar los indicadores de clase. Consideramos el trabajo, ingreso y nivel de educación de los padres, lugar de residencia y tipo de escuela para determinar el lugar que ocupan en la estructura social, así como el *habitus* de los niños. Con estos indicadores pudimos observar dos grupos de niños suficientemente homogéneos para que la comparación entre ambos nos arrojara diferencias sustanciales. (Anexo I)

Edad

El niño al cumplir los cinco años tiene un buen dominio del lenguaje, de la locomoción y la capacidad de formar grupos, conjunto que le permite desarrollar una cierta autonomía para participar en actividades más amplias, facilitando de esta forma el juego grupal, que por su carácter social nos interesa. Por otro lado es la etapa en la que el niño ha descubierto su propia individualidad y la de los otros, ampliando su interés por su entorno social. Es en esa etapa en la que se encuentra resolviendo sus conflictos edípicos por medio de la identificación con su mismo sexo, por lo tanto con el curso que debe seguir su comportamiento de acuerdo a las normas que su mundo, la televisión incluida, le ofrece. Finalmente, el niño de cinco años dedica gran parte de su tiempo libre al juego simbólico que es el juego al que nos referimos como punto de partida de nuestra investigación.

Corpus

El número de observaciones fue determinado a través de la muestra piloto (Anexo II) ya que se pudo verificar que la repetición y la homogeneidad de los rasgos son reiterativos en las diversas experiencias⁴. Como resultado se visitaron cinco escuelas de cada clase social con un total de 10 escuelas⁵. Los grupos variaron entre 12 y 33 participantes arrojando un total de 262 niños observados. La diferencia en la cantidad de niños por grupo reside en el carácter privado o público de la escuela, ya que en las primeras osciló entre 12 y 28 niños y en las segundas, entre 28 y 33 niños. Se respetó esta diferencia ya que el agregar o quitar niños para homogeneizar los grupos sería no acatar la configuración natural del grupo.

En la visita a las 10 escuelas pudimos reunir un *corpus* de 46 juegos de superhéroes. Se pudo observar una pequeña variación en la información recolectada y por ello se consideró suficiente la concentración de los atributos significativos en el *corpus* resultante. Los parámetros de observación se encuentran en el Anexo III.

Corpus de juegos y programas de televisión

Tras sondear el panorama de la televisión mexicana en relación a la programación infantil, encontramos que el Canal Cinco dedicaba el más alto porcentaje de su tiempo a programas para niños. En el horario más importante para este público (de 3:00 a 6:30 de la tarde) aparecen cuatro programas de superhéroes con un total de 6.30 horas de transmisión semanal. Cabe aclarar que es el único canal que transmite estas series y tiene un *rating* importante: en clase A/B: 17.39 a 45.83. En clase D: 14.98 a 30.09 (los puntos varían según el programa y los días de la semana).⁶

Tomamos para su análisis los cuatro programas de superhéroes: El Hombre Araña, Los Cuatro Fantásticos, Los Superamigos y La Mujer Araña y seleccionamos tres programas de cada uno en el mes de septiembre 1983, previo a las observaciones de los niños.⁷

Presentación de resultados

En el primer capítulo de este libro presentamos algunos resultados de investigaciones realizadas desde distintas perspectivas sobre la televisión y los niños. Buscamos mostrar aquí ciertas conclusiones para ilustrar el alcance de ellas frente al problema de la recepción, así como los límites en sus metodologías. Este capítulo no pretende ser una reseña histórica de los estudios que se abocan al tema. Hemos incluido sólo algunos ejemplos principalmente de los iniciadores de paradigmas teóricos que han determinado en esta medida el desarrollo de los estudios sobre televisión y niños. Si bien se han actualizado los datos, la mayoría conserva aún la visión de la recepción implícita en los estudios aquí expuestos.

En el segundo capítulo exponemos las aproximaciones teóricas que fueron la base para desarrollar nuestro estudio. Cuando nos referimos a "la doble apropiación" estamos hablando de un fenómeno doble: los programas televisivos se apropian de elementos principales de la vida infantil y se los ofrecen manufacturados en la pantalla televisiva. El niño, a su vez, se apropia de los elementos que le satisfacen y/o colaboran con su desarrollo social y emocional.

Ambas apropiaciones implican una parte de reproducción del referente original y una parte de integración con otros elementos, obteniendo así una "nueva" producción. Esta investigación se aboca a la apropiación infantil de los mensajes televisivos sirviendo sólo de referente el análisis de los superhéroes de la televisión.

El cuerpo principal de nuestras definiciones deriva de los conceptos de Pierre Bourdieu alrededor del consumo cultural y las clases sociales. A partir de la psicología genética y el psicoanálisis definimos la etapa de desarrollo por la que atraviesan los niños de nuestro estudio y concretamos nuestro interés en la actividad de juego de la etapa que abordamos en nuestras observaciones.

El lector encontrará quizá ciertas discontinuidades en la exposición de esta investigación, principalmente en el capítulo II. Queremos aclarar que esta situación, más que un mero problema de redacción o estilo nos remite a la naturaleza misma del estudio. Al abordar distintas disciplinas para explicar un fenómeno multidimensional nos hemos metido en aguas turbulentas: ¿Es posible hacer un trabajo multidisciplinario? ¿Cómo integrar los aportes del psicoanálisis, la psicología genética, la sociología, la semiología para explicar la apropiación televisiva que es en sí un hecho atravesado por múltiples factores?

La clase social, el sexo y la edad son características de naturalezas diversas y abordadas por disciplinas distintas. Se nos presenta de esta forma un problema complejo que no tratamos de resolver sino de mejor definir por medio de una variedad de elementos. El acercarnos al niño desde un planteamiento psico-social nos ha beneficiado en la recolección de los datos así como en su análisis. La interpretación del material fue orientado en función de las primeras hipótesis, así como de los nuevos resultados que fueron surgiendo. El análisis de los datos nos aportó información a la vez que suscitó nuevas hipótesis que nos permitieron hacer comparaciones entre lo que la TV ofrece y lo que los niños hacen de ello.

Se observará que nuestro análisis se basa en interpretaciones disciplinarias que ya hemos mencionado así como en otras, no disciplinarias, que son reflexiones de diversos puntos de vista, no sistemáticos pero que nos permiten reconocer el fenómeno que estudiamos. Hemos considerado importante recurrir a las miradas dispersas y ocasionales de algunos autores que hacen visibles distintos aspectos de los juegos analizados.

Muchas dificultades en la continuidad de la exposición tienen su origen en la no continuidad entre las teorías abordadas aquí y cuya integración excede el marco de este trabajo. Por otro lado, nuestra investigación debe ser vista como un primer paso hacia una explicación sobre la apropiación infantil de los contenidos televisivos.

En el capítulo tercero presentamos un análisis semiológico de los juegos infantiles recolectados oponiéndolos a los referentes televisivos. Para ellos hemos utilizado los modelos actancial y semántico de A.J. Greimas.

Finalmente, en el capítulo IV ofrecemos algunas conclusiones resultantes de la comparación entre el juego de los distintos niños observados. No todos los problemas que surgieron a lo largo de nuestro trabajo han sido resueltos; sin embargo, hemos podido detectar una marcada diferencia de la apropiación televisiva de los niños según las condiciones de existencia que les ofrece su vida cotidiana.

Conscientes de la actual dificultad para detectar e integrar las infinitas variables que determinan al niño televidente y con el deseo de aproximar una mirada más comprensiva de un fenómeno tan complejo, asumimos los problemas y rogamos al lector navegue con paciencia por las páginas de este libro.

Notas

Introducción

1). Schmucler, H. "Un proyecto de comunicación/cultural", *Comunicación y cultura*, no. 12, México D.F., 1984, p. 7.

2). Bourdieu, P. Chamboredon, J.C. Passeron, J.C.. *El oficio del sociólogo*, Siglo XXI Editores, Buenos Aires, 1975, p. 57.

3). Komorowska, J. "La télévision dans la vie de enfants", *Enfance*, nos. 2-3, avril-sept., 1964, pp. 85-240.

4). Hemos constatado la repetición de los datos no sólo en las fases prepiloto y piloto, sino también en las múltiples experiencias didácticas que hemos llevado a cabo desde 1982 en la Universidad Autónoma Metropolitana con los alumnos de la carrera de comunicación. Sobre la aparición de estos juegos y sus rasgos característicos, ver también:

De la Peza, Carmen. "La inscripción de los poderes en el juego infantil" en *Comunicación y Cultura*, UAM-X, México, agosto 1983, pp. 137-150.

Navita Cummings James and Thomas A. Mc. Cain "Television games preschool children play: patterns, themes and uses", *Journal of broadcasting*, 26:4, fall 82.

Zires, Margarita. "El discurso de la televisión y los juegos infantiles", *Comunicación y Cultura*, op. cit., pp. 109-136.

5). A1 - Colegio Vistahermosa (Vistahermosa) 26 niños.

A2 - Colegio Olinka (San Angel) 23 niños.

A3 - Centro Educativo Albatros (Tecamachalco) 18 niños.

A4 - Colegio Alexander Bain (Pedregal) 28 niños.

A5 - Colegio Carl Orf (Pedregal) 12 niños

B1 - Namutshe (Santa Apolonia) 30 niños

B2 - Jaime Torres Bodet (Providencia) 32 niños.

B3 - Trabajadores petroleros (San Rafael) 28 niños.

B4 - Gabriela Bremen (San Pedro Xalpa) 32 niños

B5 - Luis Brailé (El Rosario) 33 niños.

6). *Rating* se refiere al porcentaje de observadores niños de programas específicos, los datos son del "International Research Associates S.A. de C.V." del mes de octubre, 1983.

7). Además del *corpus* seleccionado consultamos: Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, Editorial Lumen, Barcelona, tercera edi-

ción en español, 1975. Massotta, Oscar. *La historieta en el mundo moderno*, Editorial Paidós. Dorfman, Ariel y Jofré, Manuel. *Supermán y sus amigos del alma*, Editorial Galerna, Buenos Aires, 1974. Aguerrebere, Araceli, Anaya, Irma, y Maldonado, Susana. *Archivo descriptivo de la programación infantil*. Departamento de Educación y comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, México, D.F., 1982.