

6. EL NIÑO Y LA TELENVELA: ¿JUEGO DE SENTIMIENTOS O JUEGO DE IDEOLOGIAS?

María Elena Sánchez Ruiz
Universidad de Guadalajara

Introducción

El motivo que nos impulsó a estudiar este género televisivo fueron los hallazgos de algunos investigadores mexicanos, según los cuales las telenovelas ocupan un lugar preponderante en los gustos y preferencias de los escolares en nuestro país: Maya y Silva (1984) las colocan en un segundo lugar de preferencia; Sánchez Ruiz (1985) y Fernández Collado *et al.* (1985) en un tercer lugar, mientras que el Centro para el Estudio de Medios y Procedimientos Avanzados de Educación (1976) les da un cuarto lugar y Rota (1976) el quinto. En este artículo inicialmente se resumen los hallazgos principales encontrados en relación con el uso que hacen los niños tapatíos de la televisión y de la programación en general; y posteriormente se mencionarán los datos más sobresalientes encontrados con respecto al uso que los mismos hacen de las telenovelas. Se describirán algunas de las funciones que se cumplen al hacer uso los niños de las telenovelas, así como el nivel de gratificaciones que obtienen de las diversas funciones que se cumplen.

Las telenovelas en México

El caso de las telenovelas como un fenómeno social ha sido un tema muy controvertido en las últimas décadas, así como los usos y las gratificaciones que obtiene la audiencia al exponerse a ellas. La gestación de dicho género televisivo en México se remonta a 1957 con la telenovela *Senda Prohibida* de Fernanda Villeli; y en los sesenta se consolida el género con la entrada del *videotape* y el impulso de Luis de Llano Palmer (Carrandi Ortiz 1986). Sin embargo, poco es lo que sabemos sobre la trascendencia de la telenovela en las vidas de los espectadores. Es pertinente mencionar que para 1967 Televisa comenzó a producir telenovelas históricas, dramatizando episodios históricos y la vida de algunos héroes nacionales. A principios de los setenta, realizaron producciones como *Morelos*, *La obra*

de México 1900; entre los años de 1967 y 1972 se produjeron *La tormenta*, *El Carruaje* y *Los Caudillos*, telenovelas que contaron con asesoría, colaboración y patrocinio de diversas instituciones públicas como la Lotería Nacional, el IMSS y la Secretaría de la Defensa Nacional. Posteriormente, Televisa produjo telenovelas llamadas de “refuerzo social”: entre 1975 y 1980, con los títulos de *Ven Conmigo*, *Acompáñame*, *Vamos Juntos*, *El Combate* y *Caminemos*. El marco teórico que está siendo usado y desarrollado por el consorcio mencionado para sus telenovelas de “refuerzo social”, es una integración de teoría de la comunicación, teoría dramática y la teoría del aprendizaje social de Albert Bandura (Televisa 1981). No es sino hasta 1987 que Televisa, en coproducción con el IMSS, vuelve a producir una telenovela histórica, *Senda de Gloria* (Gutiérrez Espíndola y Lobato 1988).

Cabe destacar que desde 1962, cuando se creó Teleprogramas Aca-pulco, filial de Telesistema Mexicano, se producen telenovelas no sólo para satisfacer la demanda interna, sino también para exportación. Se calcula que, para principios de 1970, Telesistema exportaba a América Latina 700 medias horas mensuales de programas, siendo dieciocho países los que los compraban regularmente, entre los que figuraban Estados Unidos, Argentina, Chile, Colombia, Brasil, Paraguay y Bolivia. En mayo de 1973, Televisa anuncia sus planes para exportar telenovelas a países de Europa y Asia, pero no es sino hasta esta década que las telenovelas mexicanas tienen un verdadero éxito en Europa, muy especialmente en España e Italia (*ibid.*: 115).

Las telenovelas y su público

Varios estudios latinoamericanos han mostrado que las amas de casa tienden a creer que las radio y telenovelas están basadas en, y reflejan la vida real, que los problemas presentados en ellas son similares a los suyos; y que mientras más se desciende en los niveles de educación e ingresos, más fuertes son tales creencias. Otros estudios señalan que las telenovelas son un tema principal de conversación entre las amas de casa y que sus tramas les proveen de ejemplos y patrones de comportamiento para resolver sus problemas. Por otra parte, se ha encontrado que niños y adolescentes piensan igual, y que cuanto más ven los muchachos las telenovelas, más tienden a creer que éstas reflejaban no sólo problemas individuales, sino también problemas nacionales (Sánchez Ruiz 1985).

El enfoque conocido como “usos y gratificaciones” se ha encargado de estudiar y describir algunas de las funciones que cumplen las telenovelas en la vida de los espectadores. Dicho modelo presupone que los individuos no son entes pasivos frente a los medios de comunicación colectiva. Al contrario, presupone que el receptor de mensajes está activo

frente a los medios de comunicación y que ya sea consciente o inconscientemente, por lo menos una parte importante de su uso de los medios de difusión obedece a necesidades que el individuo tiene y que espera satisfacer, directa o vicariamente, mediante dicho uso (Katz, Blumler y Gurevich 1984). Al respecto, algunos estudios indican que una forma comúnmente reconocida de disfrutar de las telenovelas, se ha relacionado con la oportunidad de “aprender de la vida” o como mero entretenimiento; como una forma de escape, o de evasión de los problemas que cotidianamente ofrece la vida, o como una fuente de información acerca de temas tan controvertidos como son el aborto, el incesto, la drogadicción, etcétera (Fernández Collado *et al.* 1981). Como ya lo mencionamos, se ha encontrado que gran parte de la audiencia toma tan seriamente estos programas, que busca aplicar lo que observa en su vida personal (*ibid.*).

Metodología

En este estudio se encuestó a 460 niños de sexto grado de primaria, de cuatro escuelas públicas y dos privadas, incorporadas al Departamento de Educación Pública del estado de Jalisco, ubicadas en la ciudad de Guadalajara. La distribución de la muestra por sexos quedó de la siguiente forma: 247 varones (53.7%), y 213 mujeres (46.3%), siendo la edad promedio de los escolares de 11 años.

Los niños encuestados se clasificaron en tres diferentes estratos socioeconómicos: 156 de clase media alta (33.9%), 163 de clase media (35.4%), y 141 de clase trabajadora (30.7%). Obviamente, esta distribución no refleja su correspondiente demográfica, pero se trata de un primer estudio, de índole exploratoria, y con el análisis estadístico en términos relativos se logra subsanar un poco el problema. Para lograr un acercamiento con la clase social —en términos de estratos— se tomó como punto de partida la ubicación de las escuelas, debido a la alta asociación geográfica y socioeconómica que todavía prevalece en Guadalajara.

Teleadicción infantil

En promedio, nuestros encuestados acostumbra ver la televisión durante dos horas con 40 minutos en los días en que van a la escuela, habiendo un ligero descenso durante los fines de semana. Esto equivale a 893 horas de exposición a la televisión al año, tiempo realmente desproporcionado si tomamos en consideración que los chicos pasan casi ese mismo tiempo en sus aulas escolares. Se calcula que, en promedio, aquéllos asisten a la escuela durante 900 horas al año, tomando en consideración los recesos de las vacaciones y los fines de semana. Pero más sorprendente resulta aún constatar el tiempo de exposición que pueden invertir algu-

nos niños, ya que del total de la muestra un 14.6% confesó exponerse a la TV durante cinco horas o más diarias, lo cual implica que algunos niños utilizan la TV durante 1 680 horas al año. Estos datos son preocupantes, si tomamos en consideración que en la generalidad de los casos, los adultos no ejercen un control real sobre el uso que los niños hacen de la TV, y que consiguientemente, éstos se exponen a casi todo tipo de contenidos televisivos y horarios. Obviamente, de un uso sin control hay que esperar influencias en la conducta y percepciones de los chicos, si no se les enseña a discriminar la información que el medio les ofrece.

Gustos y preferencias

Es evidente que los niños son selectivos y tienen sus propias preferencias de entre los diversos tipos de programas televisivos que ofrecen tanto la TV privada como la pública. De una amplia lista de programación que pusimos al alcance de nuestros encuestados, para que determinaran qué programas veían y cuánto les gustaban, pudimos notar que hay una gran dispersión entre los programas que ven y los que realmente les gustan, ya que de la lista hubo un gran número de programas que recibieron muy pocos votos. De acuerdo con nuestros hallazgos, a los niños tapatíos les agradan principalmente las series de aventuras norteamericanas y las comedias de situación; posteriormente, las caricaturas y los programas de variedades, y los últimos lugares fueron ocupados por los programas deportivos, informativos y educativos. Cabe señalar que dichos géneros, así como el orden en que se mencionan, se refieren únicamente a las preferencias que tienen los niños por los diversos tipos de programas. Como más adelante nos daremos cuenta, el que algunos géneros y formatos no gocen plenamente de la aceptación infantil, no implica necesariamente que los chicos no los vean, sino que sí lo hacen pero en menor medida. Al analizar la lista de programación que evaluó la veracidad atribuida por los niños a algunos programas, se encontró que los que más gozan de credibilidad, en cuanto a que se apegan y reflejan más la vida real, son precisamente los programas que ocuparon los últimos lugares de preferencia (informativos, de variedades y deportivos, seguidos por las comedias de situación, las series de aventuras y finalmente las caricaturas, las cuales son plenamente reconocidas como irreales o fantasiosas por la mayoría de los escolares).

Para nosotros fue alentador corroborar que la mayoría de los niños no dedican todo su tiempo libre a ver televisión: de entre las múltiples actividades que aquéllos realizan, les agrada más gozar de la compañía de sus padres, jugar, salir a la calle o leer, más que ver TV (ver cuadro 1). Este dato cobra relevancia si consideramos que, aun cuando la televisión

compite con otras fuentes de satisfacción, como son la familia, amigos, etcétera, todavía no logra ser una necesidad tan importante para los niños como para suplirlas.

CUADRO 1
¿Qué prefieres hacer cuando no estás en la escuela?
(porcentajes)

Estar con tus papás	Jugar	Leer	Salir a la calle	Ver TV
34.5	19.7	14.8	17.0	14.0

N = 460

Nuestros hallazgos, al igual que los de otros investigadores, confirman que aun cuando los niños dedican un tiempo considerable a exponerse a la televisión, no hay que tomar como total ese tiempo, ya que es muy común que el niño realice otras actividades a la vez, restándole atención al medio. El 26.8% de los niños que nosotros entrevistamos juega o hace cualquier cosa cuando ve la TV, el 27.5% hace la tarea; el 34.2% ve la televisión únicamente, y un 11.5% acostumbra ver varios programas a la vez. Este dato lo podemos comparar con los hallazgos de Valenzuela (1988:177), quien observó que los espacios donde habitualmente se acostumbra ver la TV es la sala o el comedor, lo cual propicia que los niños realicen simultáneamente una serie de actividades cotidianas. En relación con este último dato, en el Perú, Alfaro Moreno (1988:228-235), al estudiar a dieciocho familias, también notó que los aparatos televisores ocupan un lugar preferencial en la casa; la vinculación entre el espacio y el tiempo cotidianos familiares propician que se efectúen diversos trabajos o actividades.

Melodramaniños

Las telenovelas están presentes en la gran mayoría de los hogares mexicanos y latinoamericanos en general. La accesibilidad al medio y al formato, así como ciertos patrones socioculturales desarrollados, han generado que cientos de miles de niños busquen con ansia y placer la "hora crucial", la hora tan esperada de la telenovela. Tal es el caso que poco más de tres cuartas partes de los niños que encuestamos, quienes son grandes consumidores de dicho género. Ciertamente, no todos los niños las ven durante la misma cantidad de tiempo, sino que esta exposición guarda

una estrecha relación con las variables clase social, sexo y grado de uso de la TV en general. En esta muestra se corroboró que el 95.2% de estos niños tapatíos han visto por lo menos alguna telenovela, mientras que sólo un 4.8% manifiestan no haber visto ninguna. Al preguntarles qué tan seguido se exponían a éstas, encontramos que una alta proporción de ellos ven habitualmente las telenovelas (cerca de la mitad 42.9%), notándose un descenso entre la otra mitad: 34.6% las ven una o dos veces por semana, mientras que menos de una cuarta parte las ven tres o cuatro veces por semana (22.5%).

Al igual que en otras investigaciones, se constató que los niños ven la TV en el seno familiar principalmente: lo típico es ver la telenovela con sus hermanos (40.1%), posteriormente con sus papás (34.6%); menos común es verlas solos (14%) y con mucho menor frecuencia con la sirvienta (6.9%) o con sus amigos (4.4%) (cuadro 2).

Cabe destacar que los resultados anteriores demuestran que el ver telenovelas tiene una estrecha relación con la dinámica familiar, ya que es en el seno de ésta donde se transmiten una serie de patrones de conducta, actitudes, hábitos, etcétera y no podemos excluir de entre esos patrones el uso de determinado tipo de géneros televisivos. Una de nuestras hipótesis fue que, cuanto mayor fuera el número de miembros de la familia que estuvieran expuestos a las telenovelas, mayor tendencia presentarían los escolares a exponerse a éstas. No podemos negar que para que se presente dicho fenómeno, hay que tomar en cuenta características específicas que presentan los diferentes grupos sociales en que se insertan las familias; así como las mismas características y necesidades de cada individuo. A través de nuestro análisis intentamos dar respuesta a nuestros cuestionamientos, tomando en cuenta nuestras limitaciones metodológicas.

Ahora bien, el que la familia esté reunida alrededor del televisor le facilita al niño la "oportunidad" de gozar un rato de la compañía de sus papás y/o hermanos, sobre todo durante la transmisión de las telenovelas nocturnas, reafirmando así su pertenencia al grupo familiar y social, y el niño se siente satisfecho de poder comulgar con los gustos y elecciones de su familia, que forma a la vez parte fundamental de su medio ambiente social. Este dato lo podemos reforzar con los hallazgos de Valenzuela (1988), quien observó que los niños perciben el ver telenovelas como un asunto familiar. Sin embargo, esta misma investigadora encontró, por otra parte, que con frecuencia la madre es vista con ironía o recriminada por ver telenovelas, ya que no atiende a las demandas de sus hijos.

En nuestro estudio, cuando analizamos con quiénes tendían más los niños a ver las telenovelas, atendiendo al diferencial en tiempo de uso de

la televisión, encontramos que poco más de tres cuartas partes de los niños (78.5%) de exposición alta, una proporción similar (76.4%) de exposición media y el 72.4% de exposición baja, igual que en la totalidad de la muestra, prefirieron verlas con sus papás y hermanos. Los niños de más baja exposición tienden más a verlas solos (14.9%), por un 14.6% de exposición media y sólo el 9.2% de exposición alta.

CUADRO 2
¿Con quién ves las telenovelas generalmente?
(porcentajes)

Clase	Solo	Con mis papás	Con mis hermanos	Con mis amigos	Con la sirvienta
Alta	17.7	30.6	33.3	4.1	14.3
Media	15.1	36.2	37.5	5.3	5.9
Trabajadora	8.8	37.2	50.4	3.6	0.0

Chi cuadrada = 32.6581, GL = 8 significativa al 0.0002

Coeficiente de contingencia = .26, Coeficiente Phi = .19

Entre los chicos de las diferentes clases socioeconómicas, se observó que, conforme se desciende de estrato, hay un incremento en el ver las telenovelas en familia, siendo también los hermanos con quienes más acostumbran verlas. Así, el 63.9% del total de los niños de clase media alta señalaron verlas con sus papás o hermanos; por el 73.7% de clase media y el 87.6% de clase trabajadora. Por otra parte, se notó que los niños de clase media alta son los que más tienden a verlas solos (17.7%, por un 15.1% de clase media y el 8.8% de clase trabajadora). Dicha tendencia a ver solos las telenovelas podría deberse en parte al hecho de que en las casas de los niños de estrato socioeconómico más alto hay un mayor número de aparatos de televisión, lo que facilita a los chicos el sintonizar con mayor facilidad los programas que éstos prefieran, aun cuando sus padres ejerzan cierto "control" sobre éstos en moderarles horarios, tiempo de exposición e incluso el tipo de programación a la que se expongan. Por otra parte, no podemos descartar la posibilidad de que los padres de estos niños pudieran tener un mayor número de "compromisos sociales", y por tal motivo ellos las ven solos o con sus hermanos, dándose en menor grado la interacción familiar.

De acuerdo con las respuestas de los chicos, ellos son quienes en la mayoría de los casos deciden por cuenta propia sintonizar la telenovela y

en segundo término lo hacen sus padres. Sin embargo, aun cuando los padres no sean quienes la sintonicen, es razonable pensar que dicho comportamiento se dé en muchos de los casos por seguimiento de patrones familiares (cuadro 3).

CUADRO 3
La mayoría de las veces ¿quién decide ver la telenovela?
(porcentajes)

Yo	Mis papás	Mis hermanos	Amigos	La sirvienta
33.5	31.7	26.2	2.5	6.2

Por otra parte, si tomamos en cuenta que en muchas ocasiones son los padres y/o los hermanos mayores quienes deciden qué se va a ver en determinados horarios (sobre todo cuando solamente hay un solo aparato receptor), por ejemplo en el de las telenovelas nocturnas, cuando la mayor parte de la familia ya se encuentra reunida en casa, no sería nada extraño que los niños decidan adelantarse, sabiendo cuál será el mandato de sus mayores (sintonizar la telenovela).

Claramente hemos visto que a los niños les gustan las telenovelas. Pero ¿cuáles son los motivos por los que les agradan? De acuerdo con nuestros resultados, a los escolares tapatíos les agrada exponerse a este género televisivo principalmente por el alto contenido de acción y emoción que éstas presentan y/o les hacen sentir; en segundo lugar, porque les divierte; posteriormente por el aprendizaje que éstas les dejan, porque les permiten evadirse y finalmente porque les proporcionan elementos que les son útiles en su socialización. Estas funciones y gratificaciones se presentaron según el orden en que se mencionaron y se dan en todos los niños independientemente del sexo, la clase social y grado de exposición a la televisión (cuadro 4).

Cuando analizamos el nivel de gratificación que obtenían los chicos de las diversas funciones, según la clase social a la que pertenecían, se encontró que conforme se desciende de estrato socioeconómico, mayor gratificación se presentaba. Fueron indiscutiblemente los niños de clase trabajadora los más gratificados por las diversas funciones que se analizaron, seguidos muy de cerca por los de clase media y finalmente por los de clase media alta, entre quienes disminuye considerablemente el nivel de gratificación. Por otra parte, se constató que entre los niños de las clases más desfavorecidas aumenta el índice de funciones para las cuales les

sirven las telenovelas y por ende el nivel de gratificación (ver cuadros 5, 6 y 7).

CUADRO 4
Gratificaciones por funciones

Funciones	Muchísimo	Mucho	Regular	Un poco	Casi nada
Diversión N = 454	13.0	24.0	29.3	17.6	16.1
Aprendizaje N = 453	11.0	18.5	31.6	17.7	21.2
Excitación N = 449	18.3	24.3	28.7	14.9	13.8
Hábito N = 453	9.9	18.8	30.0	18.5	22.7
Evasión N = 451	10.9	17.5	27.5	14.4	29.7
Socialización N = 453	8.4	13.9	27.2	18.3	32.2

Nota: En Sánchez Ruiz (1988) se presentan los procedimientos de definición y medición de estas variables.

CUADRO 5
Nivel de gratificación por clases sociales
(porcentajes)

Clases	Funciones				
	Diver- sión	Apren- dizaje	Acción	Evasión	Sociali- zación
Alta	33.8	22.2	40.4	21.5	19.5
Media	34.7	33.6	42.5	28.5	24.4
Trabajadora	43.2	33.1	45.0	34.5	23.0

CUADRO 6
 Nivel de gratificación por tiempo de exposición
 (porcentajes)

Exposición TV Clase	Funciones				
	Diver- sión	Apren- dizaje	Acción	Evasión	Sociali- zación
Alta	45.4	43.8	53.8	38.3	29.8
Media	36.0	35.5	49.7	36.1	31.1
Baja	28.5	20.2	34.4	19.5	14.6

CUADRO 7
 Nivel de gratificación por sexo
 (porcentajes)

Sexo	Funciones				
	Diver- sión	Apren- dizaje	Acción	Evasión	Sociali- zación
Masculino	27.7	26.9	35.3	22.3	17.8
Femenino	47.7	32.5	50.8	35.2	27.3

Es posible explicar los resultados anteriores si tomamos en cuenta la etapa específica por la que atraviesan los niños encuestados: período en el que su ambiente social aumenta enormemente con el mayor contacto con amigos, la escuela, con adultos que no son sus padres, el acceso con mayor facilidad a los diferentes medios masivos de comunicación, etcétera. Todo esto amplía sus horizontes tanto cognoscitivos como sociales y les ofrece nuevos "retos", problemas y oportunidades de crecimiento social y personal. A los chicos les gusta enfrentarse a esos "retos" de tal forma que implique para ellos una aventura, algo excitante y de preferencia novedoso. Así, encontramos que en los medios masivos de comunicación colectiva los niños buscan también ese ingrediente de acción y emoción, y que las telenovelas les proveen hasta cierto punto de ese ingrediente esperado por ellos.

Toda sociedad crea una serie de patrones de conducta propios de la época, que incluyen ciertos hábitos sociales. De entre estos hábitos actua-

les podemos señalar para las familias tapatías el ver las telenovelas, uno de los géneros preferidos. Sin embargo, de acuerdo con nuestros resultados, este hábito no es tan generalizado en nuestra población, sino que tiende a concentrarse más entre las familias de clase media y trabajadora. Pero el hecho de que en esta muestra se presente en mayor grado el nivel de hábito en niños de estas familias y que disminuya entre los de clase media alta, no implica necesariamente que estos últimos no tengan el hábito de ver tal género, sino que se da en menor grado (ver cuadro 8).

Relación semejante a la anterior se encontró cuando comparamos el nivel de hábito por grado de exposición a la TV, dato de gran relevancia puesto que el nivel de exposición es generado a partir del gusto, preferencia y hábito que muestre el telespectador. Aquí se encontró que los niños que más hacen uso de la televisión son los que más tendencia presentan a ver las telenovelas por costumbre y conforme se disminuye en el nivel de exposición hay una disminución en la tendencia a verlas por tal motivo. Por otra parte, se encontró que las telenovelas continúan siendo un género preferido por la audiencia femenina, pues las niñas son quienes más hábito presentan en relación al sexo opuesto, entre los cuales pudimos notar un moderado descenso (ver cuadros 9 y 10).

CUADRO 8
Nivel de hábito por clases sociales
(porcentajes)

Clase	Veo telenovelas por costumbre			
	Siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
Alta	9.0	29.0	25.8	36.1
Media	12.9	41.1	20.2	25.8
Trabajadora	17.9	48.6	15.7	17.9

Chi cuadrada = 24.6354. GL = 6, no significativa

Todavía estamos muy lejos de que los varones reconozcan plenamente su gusto por este género televisivo, aun cuando cada día aumenta el número de espectadores masculinos. De hecho, algunos escritores se esfuerzan por ganar la audiencia masculina, como lo atestigua el productor Francisco Burillo en una entrevista periodística (*Unomásuno*, 8 de enero de 1988, p. 24), en la que señala que él produce telenovelas para el público masculino y para “rescatar la óptica del hombre”.

CUADRO 9
 Nivel de hábito por horas de exposición
 (porcentajes)

Exposición	Veo telenovelas por costumbre			
	Siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
Alta	22.4	46.3	16.4	14.9
Media	16.3	43.8	15.7	24.2
Baja	8.7	33.9	26.1	31.3

Chi cuadrada = 23.4318, GL = 6 significativa al .01

Coefficiente de contingencia = .22, Coeficiente Phi = .16

CUADRO 10
 Nivel de hábito por sexo
 (porcentajes)

	Veo telenovelas por costumbre			
	Siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
Masculino	8.5	38.2	20.3	32.8
Femenino	18.4	40.6	21.2	19.8

Chi cuadrada = 15.9484, GL = 3 no significativa

En el caso de nuestros encuestados, este hallazgo es explicable en parte si tomamos en cuenta la edad específica por la que atraviesan los chicos. En esta etapa las niñas maduran física y psicológicamente antes que los niños, teniendo esto como consecuencia que les llame la atención a las niñas el sexo opuesto (en la gran mayoría de los casos), antes que a los chicos. Y hay que recordar que las telenovelas presentan galanes de moda y un contenido romántico, que es preferido por las chicas, sobre todo durante la adolescencia, etapa a la que se están preparando nuestros encuestados para entrar. Este dato lo podemos reforzar hasta cierto punto con el nivel de fantasía que presentan las niñas encuestadas, ya que el 53.3% de éstas señaló ver las telenovelas porque es "como estar soñando".

Otro punto importante para nosotros fue el tratar de medir el nivel de evasión de los niños a través de la telenovela. No porque sea el único género al que puedan recurrir para evadirse, sino por el corte, estruc-

tura e ideología que éstas presentan, así como los antecedentes que tenemos sobre el uso que la gente le da a dicha conducta comunicacional. Desde esta perspectiva, podemos afirmar que es muy posible que el niño, a través de la telenovela, encuentre un mundo sustituto que le provee de elementos para escapar y/o resolver fantasiosa o vicariamente las presiones que éste tiene en su vida cotidiana (substitución provisional), para luego volver a las responsabilidades de la vida real. Estamos conscientes de que los niños de los diferentes niveles socioeconómicos se enfrentan a diversas problemáticas; es concebible que mientras a los niños de menores recursos les preocupe más el que no alcanza para comer en casa, que a temprana edad tengan que trabajar para ayudar a solventar los gastos de sus hogar, o si no habrá juguetes en Navidad, al niño burgués le preocupe el no salir de vacaciones, la ausencia de sus padres porque tienen muchos compromisos, etcétera. Desde este ángulo es posible pensar que los niños de clases más desfavorecidas busquen en las telenovelas un “modelo o pauta” para tratar de resolver no sólo problemas personales, sino hasta lo que sucede en casa o con sus vecinos, como lo hacían Cristina e Isabelita en las telenovelas *Mundo de juguete* y *Chispita*.

Al parecer, la telenovela es buena compañía para los niños cuando se sienten solos, preocupados, y para olvidar un poco lo que sucede en su vida diaria. De acuerdo con nuestros resultados, el principal motivo por el que los niños recurren a éstas como una forma de evasión, es para no sentirse solos, ya que cerca de la mitad (48.3%) de los niños señalaron “siempre” o “a veces” verlas por tal razón. En segundo lugar, porque sienten que es como “estar soñando” (40.4%); en tercer lugar, porque creen sentirse mejor al ver telenovelas cuando se sienten preocupados (38.3%); y, por último, para “olvidar sus problemas” (36.1%).

Por otra parte, al parecer, para el niño de clase trabajadora la telenovela es un medio más propicio para fantasear y le provee de más elementos para evadirse de su realidad. Cuando les preguntamos si veían telenovelas porque éstas les hacían sentirse mejor cuando estaban preocupados, poco más de la mitad (53.2%) de los niños de clase trabajadora concentraron sus respuestas en “siempre” o “a veces”, por el 40.4% de clase media y sólo un 22.6% de clase media alta. Respuestas similares encontramos al preguntarles si veían las telenovelas para no sentirse solos (63.1% de clase trabajadora, 50.3% de clase media y 32.9% de clase media alta). En cuanto a ver las telenovelas para olvidar sus problemas, se encontró una relación semejante a la anterior, ya que el 52% de los niños de clase trabajadora tendieron a concentrar su respuesta en “siempre” o “a veces” verlas por tal razón, por 37.2% de clase media y 19.5% de clase media alta. Claramente podemos ver que conforme se desciende de estrato social, más parece servirle la telenovela al niño para evadirse.

Los niños de más alta exposición a la TV, por otra parte, son los que tienden más a afirmar ver las telenovelas para sentirse mejor, para no sentirse solos, para olvidar sus problemas o porque es como estar soñando. En cuanto a los diferentes sexos se refiere, únicamente encontramos diferencias en que las niñas las prefieren porque es como estar soñando (53.3% de niñas, por un 36.7% de niños) o para no sentirse solas (52.5% de niñas por un 45.7% de niños).

El que los chicos recurran a las telenovelas “para no sentirse solos”, es explicable en parte debido a la etapa específica por la que atraviesan: la preadolescencia, en la que los cambios y ajustes que ocurren durante ese período se reflejan en un cierto alejamiento en sus relaciones no sólo interpersonales, sino también en su escuela y en su hogar. No es de extrañar entonces que estos niños manifiesten ciertos sentimientos de soledad. Ahora bien, en cuanto al por qué las niñas se sienten más solas que los niños, hay que recordar que durante la preadolescencia aquéllas tienden a ser más retraídas aun que los muchachos; y aunque tienden a permanecer un poco más ligadas a sus padres, esa vinculación se ve caracterizada también por un alejamiento emocional, lo que trae como consecuencia que manifiesten aún más ciertos sentimientos de soledad en comparación con los niños.

Con los datos anteriormente expuestos podemos demostrar, entonces, que para una alta proporción de niños la telenovela es un buen medio para evadirse de la vida cotidiana e internarse momentáneamente en un sueño, que aunque no les resuelve sus problemas, sí les ayuda a sentirse mejor.

La telenovela, con su formato que divierte, entretiene y evade, se ha mostrado como un medio eficaz que, por sus características muy propias, le ayuda también al niño en su aprendizaje social e incluso como marco de referencia para saber “cómo es la vida”, al pensar que éstas reflejan la vida real. La predilección de los niños por este género implica una continua exposición a una realidad y a un tipo de problemática (la que muestra la telenovela), que no corresponde necesariamente a la suya en la mayoría de los casos, pero que son introyectados y le generan un cúmulo de aprendizaje. A través de éste, los niños se forman una determinada visión sobre el mundo, la sociedad y el hombre.

En general, más de la mitad de los niños creen aprender a través de la telenovela “cómo es la vida” (el 60.5%), “cosas que pasan en el mundo” (57.5%), a comportarse con los demás (54.4%), cosas nuevas (46.9%), y “cosas que no les enseñan en la escuela” (35.8%). Con estos resultados podemos constatar que las telenovelas son una fuente de aprendizaje social para los niños, y que aquellos les proveen de información que les

muestra o representa aparentemente lo que es la vida y lo que sucede en el mundo.

Al ser analizado este punto entre los niños con diferentes grados de uso de la TV, se encontró que entre mayor es la exposición, mayor es el aprendizaje que creen obtener de las telenovelas. Más de la mitad de los niños de exposición alta concentró sus respuestas en “siempre” o “a veces” verlas porque aprenden cosas nuevas (59.7%), por un 48% de exposición media y el 42.2% de exposición baja. Cuando se les preguntó si veían las telenovelas porque aprendían cosas que no les enseñaban en la escuela, se encontró que el 53.7% de los niños de exposición alta concentraron sus respuestas en “siempre” o “a veces” por un 39.2% de los de exposición media y sólo un 28.2% de los de exposición baja. Resultado semejante surgió al preguntarles si las veían porque aprendían cosas de la vida, categoría en la cual podemos notar la mayor concentración en las respuestas con respecto al aprendizaje, ya que el 65.1% de niños de exposición alta contestó que “siempre” o “a veces” por el 61.4% de exposición media y un 52.6% de exposición baja.

Entre los diferentes niveles socioeconómicos, de igual manera se encontró que conforme se desciende de estrato, mayor es el aprendizaje que obtienen de las telenovelas. Fue indiscutiblemente entre los niños de clase trabajadora donde se encontró la mayor concentración al preguntarles si veían las telenovelas porque les enseñaban cosas nuevas (58.5%, por 52.8% de clase media y 30.1% de clase media alta), porque aprenden cosas que no les enseñan en la escuela (48.7% de clase trabajadora, por 38.9% de clase media y 20.5% de clase media alta), o porque aprenden cosas de la vida (71.7%, 60.5% y 41.2%, respectivamente). Y porque aprenden a comportarse cuando están con los demás; pregunta ante la cual casi tres cuartas partes (74.4%) de los niños de clase trabajadora señalaron “siempre” o “a veces”, por 60.4% de clase media y sólo un 20.7% de clase media alta. Claramente podemos notar cómo las telenovelas son una fuente importante de aprendizaje, sobre todo para los niños de clase trabajadora, para los cuales éstas representan modelos de comportamiento social, aun cuando algunas de las conductas que ahí se presentan puedan no ser del todo las más adecuadas, ni un modelo ejemplar de educación.

Complementariamente a lo anterior, nos dimos cuenta que las telenovelas gozan de gran credibilidad entre los chicos, ya que una gran proporción de los escolares encuestados mantienen la creencia de que éstas reflejan la vida real. Al confrontar las listas de telenovelas, claramente pudimos advertir que la lista que mide el gusto y la que mide los índices de si reflejan o no la vida real, guardan una estrecha relación, ya que las telenovelas que más gustaron son en general casi las mismas sobre las que los niños creen que reflejan la vida real. Notamos, además, que con-

forme disminuye el gusto por la telenovela, de igual manera disminuye el nivel de creencia en las mismas. Podemos entonces afirmar que la telenovela sirve a los niños como marco de referencia para saber cómo es la vida. Sin embargo, de acuerdo con nuestros hallazgos, dicha creencia (que las telenovelas reflejan la vida real) no se da por igual en los niños de diferentes clases sociales, sino que conforme se disminuye de estrato socioeconómico aumenta aquélla, acentuándose entre los niños de clase trabajadora, quienes fueron seguidos muy de cerca por los de clase media.

Por otra parte, no es solamente el corte melodramático lo que influye para que los niños crean que las telenovelas reflejan la vida real o no, sino que para que dicho fenómeno se presente, puede deberse en parte a factores como: la temática de la telenovela; los artistas que intervienen en ellas; los personajes que interpretan, si son galanes de moda o no; si la telenovela es de reciente estreno o repetición; así como el mismo canal que la trasmite. Las telenovelas que más gozaron de predilección y credibilidad fueron las transmitidas por el Canal 2 de México (que se caracteriza por presentar las telenovelas más recientes, con los actores o galanes de moda). El Canal 4 local, así como los Canales 13 y 11 de México, que también transmiten telenovelas, se caracterizan por transmitir repeticiones, o telenovelas sudamericanas (específicamente brasileñas, venezolanas y argentinas). Factores que al parecer contribuyeron en cierta medida para que aquéllas no gozaran de tanta credibilidad entre los niños, ya que al presentar estas telenovelas otras estructuras tanto temáticas como de contexto social, puede ser que esto les impida a los niños identificarse con ellas y en consecuencia gozar de mayor credibilidad. De una amplia lista de telenovelas que pusimos al alcance de los niños para que determinaran cuáles les gustaban y cuáles creían que reflejaban la vida real, encontramos que las que ocuparon los cinco primeros lugares de preferencia fueron telenovelas mexicanas; tres de ellas eran de estreno (los tres primeros lugares) y las dos restantes de repetición, pero que gozan de gran éxito (*El camino secreto*, *Monte Calvario*, *Vivir un poco*, *Los ricos también lloran* y *Mundo de juguete*, en ese orden).

Otro de nuestros hallazgos fue que las telenovelas forman parte de la agenda de conversaciones de los niños. Cerca de la mitad del total de los niños encuestados confesaron que las telenovelas son un tema frecuente de conversación entre ellos: al preguntarles si veían telenovelas para platicar con sus amigos sobre ellas, el 43.3% tendió a concentrar sus respuestas en “siempre” o “a veces”. Al analizar esta misma pregunta por clases sociales, se encontró que quienes más tienden a conversar sobre las telenovelas son los niños de clase trabajadora (59.6%), seguidos por los niños de clase media (40.0%) y finalmente por los niños de clase media

alta (25.5%), entre quienes se puede notar un considerable descenso en relación a las otras dos clases sociales. Por diferentes grados de exposición, notamos una relación semejante a las anteriores, ya que a mayor exposición, mayor tendencia presentan los chicos a platicar sobre estos programas: 62.7% de los niños de exposición alta señalaron platicar "siempre" o "a veces" sobre ellas, por 45.4% de exposición media y sólo un 36.3% de exposición baja. Es conveniente aclarar que las frecuencias tendieron a concentrarse en mayor grado en la opción de "a veces", pero de igual manera es bastante significativo para dar cuenta del grado de importancia que tienen las telenovelas en la agenda de conversaciones de los niños tapatíos.

Si las telenovelas forman parte tan importante en la vida de los niños, cabría pensar que los padres intenten tener algún tipo de control sobre el uso que el niño hace de este tipo de programas y de sus horarios. Aún más, si consideramos que las telenovelas son un género pensado y realizado en principio para una audiencia adulta. Al tratar de indagar qué actitud mantenían los padres frente a esta problemática, nos encontramos que en general al parecer sí intentan ejercer cierto control. Sin embargo, es claro que dicho control es "relativo", pues aun cuando a una alta proporción del total de los niños les prohíben ver telenovelas (al 54.9%) con nuestros datos globales podemos inferir que éstos de cualquier manera se exponen a ellas, aunque los regañen por verlas. Indudablemente los padres perciben claramente el agrado de los chicos por este género; y que el dejarlos sin ver telenovelas funciona como castigo para muchos de ellos, ya que una buena proporción (el 25.1%) refirieron que en ocasiones los castigaban sin ver telenovelas. Sería conveniente averiguar posteriormente cuáles son los motivos por los que castigan a los niños de esta forma, pues si tomamos en cuenta que para un 25% de niños de cada clase social el prohibirles ver telenovelas funciona como castigo, es una proporción significativa que merece nuestra atención.

Cuando analizamos este tópico entre los niños de las diferentes clases sociales, encontramos que es entre los niños de mayor estrato social donde se intenta más controlar el uso de las telenovelas: a más de la mitad de los niños de clase media alta (el 58.9%) los regañan por verlas y a un 73.0% les prohíben verlas, en relación al 35.4% de clase media que los regañan y un 46.2% que les prohíben por sólo 26.2% y 44.9% respectivamente de la clase trabajadora.

Conclusiones

Si bien en este estudio no se encontraron respuestas definitivas sobre el uso que hace en general el niño de la TV y de las telenovelas en particu-

lar, creemos útil resumir los hallazgos más relevantes encontrados en una relación tan compleja como la que aquí tratamos. Este estudio corrobora una vez más que los escolares de la zona metropolitana de Guadalajara son grandes usuarios de la TV, medio al que dedican una gran parte de su tiempo libre. En promedio nuestros encuestados acostumbran ver la televisión durante dos horas con 40 minutos diariamente entre semana, tiempo realmente considerable, si sumamos el tiempo de exposición que anualmente pueden dedicar a este medio de difusión algunos niños (1680 horas) y las implicaciones psicosociales que dicha exposición trae consigo.

Se pudo corroborar que los niños son selectivos y que muestran sus propias preferencias por determinados géneros o tipos de programas televisivos. Por otro lado, si bien es cierto que resulta común que mientras el niño ve la TV, realice varias actividades a la vez, como jugar, comer o hacer la tarea, sin embargo cuando atienden las telenovelas disminuyen las diversas actividades que realizan, centrando más su atención en aquéllas. En este trabajo, en el que se contempla la relación entre un medio masivo de comunicación y ciertas necesidades psicosociales, se pudo ver que efectivamente las telenovelas sirven a los niños para satisfacer ciertas necesidades y que mientras más se exponen los niños a aquéllas, más les sirven para mayor número de funciones, como son: la necesidad de información, de conocimiento, de estimulación intelectual y social, de diversión, compañía, de evasión, etcétera. De igual manera se pudo ver que la clase social, el tiempo de exposición y el sexo son variables que intervienen "determinando o condicionando" en parte dichas necesidades y su satisfacción, ya que hay una alta asociación entre dichas variables y el cumplimiento de las diversas funciones. Hay que acotar, por otro lado, que la televisión no es ni la única, ni la principal fuente de satisfacción a ciertas necesidades psicosociales, existente o predominante en el medio ambiente de los niños.

Se pudo observar que las telenovelas siguen siendo preferidas por el sexo femenino, y que es en este sexo donde más se presentan las diversas funciones que se cumplen al exponerse a la TV. Al igual que en otros estudios, también aquí se encontró, para el caso de las telenovelas, que mientras mayor sea el número de funciones que se cumplan durante la exposición a un programa, mayor gratificación obtiene la audiencia de éste. Al analizar el nivel de gratificación de los escolares, se encontró que a éstos les agradan las telenovelas principalmente por el alto grado de acción y emoción que experimentan al exponerse a este género televisivo; en segundo lugar, porque les divierte y les entretiene, en tercer lugar por el aprendizaje que reciben de ellas; en cuarto lugar por evasión y finalmente porque les sirve para su estimulación social.

Otro aspecto importante fue constatar que este género televisivo le sirve al niño como marco de referencia para saber cómo es la vida, ya que hay una alta asociación entre el gusto que muestran los niños por las telenovelas y la creencia de que éstas reflejan la vida real; y además que éstas son un buen tema a tratar en su agenda de conversaciones.

Finalmente, es necesario destacar la importancia que tiene profundizar en el estudio de la personalidad de los individuos y su relación con los medios masivos de comunicación. Pues los rasgos de personalidad influyen también en gran medida sobre las elecciones, necesidades y gratificaciones que obtienen los individuos, al igual que éstas son formadas o generadas a partir de la interacción entre la cultura, la historia, la organización social y personal, etcétera; es decir, en relación con los grupos y subgrupos en los que se convive (su país, su estado, su clase social, organización familiar, etcétera), para finalmente poder tipificar y explicar una conducta de carácter más individual en su intersección con lo social. De entre los diversos rasgos o factores que intervienen en dicho proceso comunicacional, sería interesante indagar por ejemplo el tipo de patologías más comunes que manifiestan los diferentes grupos de nuestra población, y evaluar sus hábitos televisivos y los niveles de gratificaciones que obtienen de los mismos, y compararlos con diversos grupos. De igual manera, es importante que se realicen estudios sobre las dinámicas familiares, en relación con los hábitos televisivos y los niveles de gratificación y compararlos entre familias integradas y desintegradas, funcionales y disfuncionales, etcétera. Todos estos estudios podrían contribuir para que los individuos, las familias y las organizaciones de la sociedad civil puedan proveerse de informaciones de las que puedan surgir pautas que ayuden a los receptores a hacer un uso más racional de los mensajes de la televisión y, de una manera más general, de los medios masivos de difusión.

BIBLIOGRAFIA

- ALONSO CORATELLA, Guadalupe (1981) "Análisis sobre selectividad y gratificaciones en tres periódicos del D.F.". México: Universidad Iberoamericana, Tesis (Lic. en Ciencias y Técnicas de la Información).
- ALFARO MORENO, Rosa María (1988) "Los usos sociales populares de las telenovelas en el mundo urbano", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. II, núms. 4-5. Colima: Universidad de Colima. Programa Cultura.
- ANAYA CADENA, Vicente Antonio, Guillermo DELHUMEAU y Muller KNOCKENHAUER (1984) *El impacto de la televisión en cinco comunidades vírgenes de*

México. Universidad Nacional Autónoma de México, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán / Fondo Nacional de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).

- ARENAS, Pedro José (1975) *La televisión y nuestra conducta cotidiana. Sus efectos sobre niños, adolescentes y adultos*. Buenos Aires: Cuarto Mundo.
- ARREDONDO RAMIREZ, Pablo y Enrique SANCHEZ RUIZ (1986) *Comunicación social, poder y democracia en México*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- ATKIN, Charles y Gary HERALD (1983) "De cómo la televisión vende a los niños", en Eliseo Veron *et al.* *La ventana electrónica. TV y comunicación*. México: EUFESA, pp. 213-224.
- BAGGALE, J.P. y S.W. DUCK (1985) *Análisis del mensaje televisivo*. México: Gustavo Gili (Serie mass media).
- BLAKE, H. Reed (1984) *Taxonomía de conceptos de la comunicación*. México: Nueva-mar.
- BOLLES, Roberto (1976) *Teorías de la motivación*. México: Trillas.
- CARRANDI ORTIZ, Gabino (1986) *Testimonios de la televisión mexicana*. México: Diana.
- CORONA, Sarah (1986) "La televisión y el niño: una relación de doble apropiación. (El caso de los *Superamigos*)". Ponencia presentada en el coloquio La televisión y el niño. Sistema michoacano de Radio y Televisión. Morelia Mich., 27-28 de agosto.
- COSNET (1986) *Una visión sobre la divulgación de tecnología y ciencia para niños*. México: Cosnet.
- COVARRUBIAS, Ana Cristina (1977) "Una nueva forma de educación por televisión". México: Instituto Mexicano de Estudios de la Comunicación, A.C.
- (1980) "La televisión en la solución de problemas sociales: necesidad de dar educación por televisión", *Revista Latinoamericana de Psicología*, vol. 12, pp. 145-147.
- CHARLES CREEL, Mercedes (1986) "La televisión y los niños (El reto de vencer al Capitán América)". Ponencia presentada en el Coloquio La televisión y el niño. Morelia Mich., 27-28 de agosto.
- (1987) *Nacionalismo, educación y medios de comunicación*. México: Universidad Iberoamericana, Tesis (Maestría en comunicación).
- EURASQUIN, M. Alfonso, Luis MARTILLA y Miguel VAZQUEZ (1984) *Los tele-niños*. México: Fontamara.
- FERNANDEZ COLLADO, Carlos, Pilar BAPTISTA LUCIO y Debora ELKES (1986) *La televisión y el niño*. México: Oasis. (Nueva Biblioteca Pedagógica; 56).
- FERNANDEZ COLLADO, Carlos, Pilar BAPTISTA LUCIO y Ernesto GOMEZ ARZAPALO (1981) "Las funciones y gratificaciones del contenido de las tele-novelas", *Cuadernos de comunicación*, núm. 71, México, pp. 6-15.
- FERNANDEZ COLLADO, Carlos (1985) "Los mass media como agentes de sociali-

zación política”, *Perfil*. Revista Mexicana de la Comunicación, núm. 6, julio, pp.42-44.

- FLOYD, L. RUCHI y Philip ZIMBARDO (1979) *Psicología y vida*. México: Trillas.
- FREGOSO, Gilberto (1985) “Un concepto psicológico de ideología”, *Revista de la Universidad de Guadalajara*. Departamento de Extensión Universitaria, vol. 3, núms. 20-21, julio, pp. 3-6.
- (1987) “La ideología como paliativo al malestar en la cultura”, en *Revista Palabras*. Sociedad de profesores de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Guadalajara, núm. 4, julio, pp. 3-27.
- FREILICH de Segal (1987) “La telenovela nuestra de cada día”, *Revista Comunicación*. Estudios Venezolanos de Comunicación, núm. 47, Caracas, Venezuela.
- FREUD, Sigmund (1981) “Personajes psicopáticos en el teatro”, en Sigmund Freud. *Obras Completas*, tomo II, Madrid: Biblioteca Nueva, pp. 1272-1276.
- GERBNER, George y Larry GROSS (1983) “El mundo del teleadicto”, en Eliseo Veron (comp.) *La ventana electrónica. TV y comunicación*. México: EUFESA, pp. 151-158.
- GIL OLIVO, Ramón (1987) “Televisión y cultura en dos comunidades purhépechas”, en Rebeil y Montoya (comps.) *Televisión y desnacionalización*. Colima: Universidad de Colima/AMIC, Textos de comunicación.
- GINSBERG, Enrique (1985) *Control de los medios, control del hombre*. México: Nueva-omar.
- GONZALEZ CASANOVA, Pablo (1987) “Cultura nacional y cultura universal”, en Gilberto Giménez Montiel (comp.) *La teoría y el análisis de la cultura*. Programa Nacional de Formación de Profesores Universitarios en Ciencias Sociales. Guadalajara: SEP/UdeG/COMECESO.
- GUTIERREZ ESPINDOLA, José Luis (1988) “La industrialización del melodrama (historia y estructura de la telenovela mexicana)”, en Raúl Trejo Delarbre (comp.) *Las redes de Televisa*. México: Claves Latinoamericanas.
- JARA ELIAS, Rubén (1987) “Gustos y preferencias del teleauditorio en México”. Ponencia presentada en la Reunión Internacional de Televisión. Puebla: Universidad de las Américas, abril.
- JOCHA MOWITZ, Bárbara (1986) “La telenovela como género femenino y como parte de su especificidad”, *Revista Comunicación*. Estudios Venezolanos de Comunicación, núm. 47, Caracas, Venezuela.
- KATZ, Elihu, Jay G. BLUMBLER y Michael GUREVITCH (1984) “Usos y gratificaciones de la comunicación de masas”, en Miguel de Moragas (comp.) *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili. Colección Mass Media, pp. 252-285.
- KORZNEY, Felipe, S. BRADLEY, Charles GREENBERG y Charles K. ATKIN (1983) “Control de los padres sobre los niños que ven televisión”, en Eliseo Ve-

- ron et al. (comps.). *La ventana electrónica. TV y comunicación*. México: EUFESA, pp. 225-240.
- LIBERT, Robert, John NELEM y Emili DAVIDSON (1976) *La televisión y los niños*. Barcelona: Fontanella.
- LINTON, Ralph (1987) *Cultura y personalidad*. México: Fondo de Cultura Económica.
- MARIONI DE FOTI, Mirian (1987) "La telenovela, un juglar capitulado", *Revista Comunicación*. Estudios Venezolanos de Comunicación, núm. 47, Caracas, Venezuela.
- MARTIN Barbero, Jesús (1987) "Memoria narrativa e ideología cultural", en Giménez Montiel (comp.) *Programa Nacional de Formación de Profesores Universitarios en Ciencias Sociales. Teoría y el análisis de la cultura*. Guadalajara: SEP/UdeG/COMECOSO.
- MEDINA PICHARDO, José (1982) "Panorámica de la investigación sobre los efectos de los contenidos no didácticos de los medios de comunicación social en México", en Medios de comunicación, hegemonía y proyectos de desarrollo. *Cuadernos de Trabajo AMIC*. México: TICOM/AMIC/ UAM-X, pp. 71-94.
- MOUSSEAU, Jacques. (1983) "Los niños y la TV", en Eliseo Veron et al. (comps.) *La ventana electrónica. TV y comunicación*. México: EUFESA, pp. 202-212.
- MUSSEN, Ph, J.J. CONGER y J. KAGAN (1977) *Desarrollo de la personalidad del niño*. México: Trillas.
- OSUNA, Yolanda (1987) "Imagen de la mujer en la telenovela", *Revista Comunicación*. Estudios Venezolanos de Comunicación, núm. 47, Caracas, Venezuela.
- PADUA, Jorge (1979) *Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales*. México: Fondo de Cultura Económica.
- PIAGET, Jean (1974) *Seis estudios de psicología*. México: Seix Barral, S.A.
- QUIROZ Gustavo (1980) "De la novela policiaca a las series televisivas", *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, año XXVI, abril-junio, pp. 143-155.
- QUIROZ, Teresa (1987) "La telenovela en el Perú", *Diálogos, Revista de la Federación Latinoamericana de comunicación social*, (FELAFACS), núm. 18, Lima: FELAFACS, pp. 74-84.
- REBEIL CORELLA, Ma. Antonieta y Alberto MONTOYA (1987) "Los adolescentes frente a las representaciones de la televisión", en Rebeil y Montoya (comps.) *La televisión y desnacionalización*. Colima: Universidad de Colima/AMIC, pp. 47-71.
- REBEIL CORELLA, Ma. Antonieta (1986) "Televisión infantil, investigación y acción civil". Ponencia presentada en el coloquio La Televisión y el Niño. Sistema michoacano de Radio y Televisión. Morelia, 28-29 de agosto.
- ROJAS ZAMORANO, Alberto (1987) "Televisión y educación", en Trejo Delarbre et al. (comps.) *Televisa el quinto poder*. México: Claves Latinoamericanas, pp. 125-148.

- ROTA, Josep y Carlos FERNANDEZ C. (1976) "Usos y gratificaciones de la televisión para el niño mexicano". Ponencia presentada en el primer Foro Latinoamericano de Televisión para niños en México. México, 24-28 de agosto.
- ROTA, Josep (1982) "Cultura, necesidades sociales y medios de comunicación en América Latina". Ponencia presentada en el I Foro Internacional de Comunicación, Lima, junio 7-11.
- SCHRAMM, Wilbur (1973) *Los efectos de la televisión sobre los niños*. México: Roble.
- SANCHEZ RUIZ, Enrique (1985) "Medios de comunicación, educación informal y cambio social", *Revista de la Universidad de Guadalajara*, núms. 20-21, julio.
- (1985) "Televisión y socialización en Guadalajara (un acercamiento empírico)", *Revista Encuentro*. El Colegio de Jalisco, vol. 2, núm. 3, abril-junio, pp. 27-53.
- (1986) "El niño jalisciense y la publicidad televisiva (o dime qué comes y te dire qué canal ves)", *Revista Encuentro*. El Colegio de Jalisco, vol. 3, núm. 4, julio-septiembre, pp. 107-139.
- SANCHEZ RUIZ, Ma. Elena (1988) "La telenovela y el niño: sus usos y sus gratificaciones". Guadalajara: Universidad de Guadalajara. Tesis (Lic. en Psicología).
- SEGAL, Feilich de (1987) "La telenovela nuestra de cada día", *Revista Comunicación*. Estudios Venezolanos de Comunicación, núm. 47, Caracas, Venezuela, pp. 10-17.
- SOFIER, Raquel (s/f) *El niño y la televisión*. Kapelusz.
- TELEVISA (1981) "Hacia el uso social de la televisión". Reporte inédito de investigación.
- TOUSSAINT, Florence (1985) "Televisa una semana de programación/¿mente sana cuerpo sano?", en Trejo Delarbre *et al.* (comps.) *Televisa el quinto poder*. México: Claves Latinoamericanas, pp. 40-61.
- VALENZUELA, Verónica (1988) "El dibujo infantil y las telenovelas", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. II, núms. 4-5, Colima: Universidad de Colima. Programa Cultura.