

COMUNICACIÓN

Y

EDUCACIÓN

EN LA

ERA DIGITAL

**Retos y oportunidades**

CARLOS GÓMEZ PALACIO Y CAMPOS



PRIMERA EDICIÓN, OCTUBRE DE 1998

*Portada:* Jorge A. Sandoval Romero.

*Ilustraciones de interiores:* Roberto Gómez Sierra.

ISBN 968-13-3122-2

Copyright © 1998, Carlos Gómez Palacio y Campos.

DERECHOS RESERVADOS © – Copyright © 1998, por EDITORIAL  
DIANA, S.A. DE C.V. – Roberto Gayol 1219, Colonia Del Valle, México, D.F.,  
C.P. 03100.

**IMPRESO EN MÉXICO — PRINTED IN MEXICO**

*Reservados todos los derechos. Ninguna parte de este libro puede ser reproducida  
o transmitida en forma o por medio alguno electrónico o mecánico, incluido  
el fotocopiado, la grabación o cualquier sistema de almacenamiento  
y recuperación de información, sin permiso por escrito del editor.*

---

# CONTENIDO

---

DEDICATORIA .....	V
AGRADECIMIENTOS .....	XI
PRÓLOGO .....	XV
INTRODUCCIÓN .....	XXIII
<b>CAPÍTULO 1. El cambiante mundo de los medios</b> .....	1
<i>Una sociedad en constante evolución</i> .....	1
<i>Desarrollo histórico de los medios</i> .....	4
Prensa .....	5
Cine .....	10
Radio .....	14
Televisión .....	18
<i>Surgimiento y evolución de las nuevas tecnologías de comunicación</i> .....	24
Surgimiento de la computadora .....	26
Desarrollo de los procesos ópticos .....	31
Evolución de las comunicaciones .....	32
<i>Ambientes ricos frente a ambientes pobres en información y conocimiento: hipótesis de la brecha del conocimiento</i> .....	35
<i>Perspectivas para el siglo XXI: convergencia de los medios y explosión de la información</i> .....	39
<b>CAPÍTULO 2. Los medios y sus audiencias</b> .....	47
<i>Características de la audiencia</i> .....	50
Tamaño de la audiencia .....	50
Perfil demográfico .....	56
Perfil psicográfico .....	61
Variaciones en el perfil psicográfico de las personas con base en su poder adquisitivo .....	65
Variaciones en el perfil psicográfico de las personas debidas a factores geográficos .....	68
Variaciones en el perfil psicográfico de las personas debidas a la generación a la que pertenecen .....	76
<i>Incidencia de los medios en el hogar</i> .....	86
<i>Hábitos de exposición a los medios</i> .....	94
<i>Tipo de contenidos de mayor consumo</i> .....	99

<b>CAPÍTULO 3. Influencia de los medios en nuestra vida</b> .....	107
<i>Surgimiento de la investigación acerca de los medios de comunicación</i> .....	108
<i>Desarrollo de la corriente de investigación acerca de los efectos de los medios</i> .....	125
Evolución histórica .....	125
Principales áreas de estudio .....	128
Efectos de los medios de acuerdo a su naturaleza .....	132
Efectos cognoscitivos .....	134
Efectos emocionales .....	143
Efectos conductuales .....	149
Efectos de los medios de acuerdo al tiempo que tardan en manifes- tarse .....	153
Efectos de los medios de acuerdo a la duración de su impacto .....	156
<i>Metodologías de investigación comúnmente utilizadas para determinar la     influencia de los procesos de comunicación en nuestra vida</i> .....	157
La construcción teórica como base para la explicación de los fenómenos de la comunicación .....	160
La metodología de la investigación como herramienta para la obten- ción de resultados confiables .....	168
Métodos de investigación cualitativa .....	171
Métodos de investigación cuantitativa .....	176
<i>Desarrollo y madurez de las disciplinas científicas como resultado de la cons-     trucción teórica y de la adecuada aplicación de metodologías de estudio</i> .....	185
 <b>CAPÍTULO 4. Consecuencias negativas de ciertos contenidos de los medios</b> .....	187
<i>Exposición selectiva a los medios como resultado de la preferencia de los dife-     rentes públicos a ciertos contenidos</i> .....	194
<i>Efectos de los contenidos violentos</i> .....	205
El concepto de violencia .....	206
El problema de la violencia en las sociedades contemporáneas .....	214
La violencia como "ingrediente" predominante de los contenidos de los medios .....	221
Efectos de ciertos contenidos violentos en niños y jóvenes .....	227
Efectos conductuales de la violencia presentada en los medios .....	227
Efectos cognoscitivos de la violencia presentada en los medios .....	231
Efectos emocionales/afectivos de la violencia presentada en los medios ...	232
<i>Efectos de los contenidos eróticos</i> .....	234
 <b>CAPÍTULO 5. Consecuencias positivas del uso adecuado de los medios</b> .....	249
<i>Entretenimiento</i> .....	255
<i>Adquisición de información</i> .....	258
<i>Transmisión de la cultura</i> .....	263
Comunicación, educación y cultura .....	267
Edutainment e Infotainment .....	274
<i>Socialización</i> .....	276

EPÍLOGO. Aprendizaje para el futuro .....	287
BIBLIOGRAFÍA .....	295
ÍNDICES .....	309

## ILUSTRACIONES

## CUADROS

1. Principales etapas de la historia humana .....	3
2. Etapas principales del desarrollo de la radio en México .....	17
3. Desarrollo histórico de la televisión en México .....	22
4. Etapas iniciales de la sociedad de la información .....	28
5. Principales grupos generacionales mexicanos .....	85
6. Incidencia de los medios en hogares urbanos mexicanos .....	93
7a. Géneros televisivos con mayor "rating" promedio durante el periodo julio '95-junio '97 .....	100
7b. Géneros televisivos con mayor "rating" promedio en hogares. Periodo julio '97-mayo '98 .....	103
8. Padres fundadores de la investigación de comunicación en Estados Unidos .....	121
9. Conclusiones de los estudios pioneros sobre comunicación y cambio de actitud .....	124

## GRÁFICAS

1. Producción cinematográfica en México .....	11
2. Teoría de la brecha del conocimiento ( <i>Knowledge-gap</i> ) .....	37
3. Tamaño y estructura de la población en México, .....	59
4. Estructura socioeconómica de la población en México .....	60
5a. Hábitos de exposición a los medios. Amas de casa, lunes a viernes, mayo 1998 .....	96
5b. Hábitos de exposición a los medios. Total personas, lunes a viernes, mayo 1998 .....	97
6. Sistema de clasificación propuesto por Donald F. Roberts para orientar a padres de familia sobre contenidos de los medios .....	240
7. Evolución de las variables educativas en México .....	270

## ESQUEMAS

1. Evolución de las comunicaciones .....	33
2. Interacción entre producto, marca y consumidor .....	43
3. Principales enfoques para el estudio de la audiencia .....	51
4. Procedimientos para la medición de audiencia .....	54
5. Perfil demográfico vs. psicográfico .....	63
6. Diferencias en los valores y estilos de vida de las personas, dependiendo de su nivel socioeconómico, .....	69
7. Evolución histórica de la tradición de investigación sobre los efectos de los medios .....	127
8. Modelo de los efectos diferenciados de los medios .....	133
9. Efectos de los medios de acuerdo a su naturaleza .....	135

## X CONTENIDO

10. Niveles de selectividad de información .....	137
11. Modelo de persuasión de McGuire .....	139
12. Modelos fundamentales y principio básico de la comunicación .....	141
13. Formas de aprendizaje .....	143
14. Determinantes de las reacciones emocionales del receptor ante un mensaje .....	148
15. Factores que influyen en los efectos conductuales de la comunicación .....	152
16. Ruta central vs. ruta periférica a la persuasión .....	154
17. Tipo de variables comúnmente utilizadas en la investigación de la comunicación .....	163
18. Tipos de relación entre variables .....	165
19. Principales metodologías de investigación de acuerdo al objeto de estudio .....	170
20. Métodos de investigación cualitativos .....	177
21. Métodos de investigación cuantitativa .....	179
22. Tipos de muestreos .....	183
23. Aspectos que han caracterizado a la corriente empírica de investigación en comunicación .....	188
24. Factores que determinan la elección de ciertos contenidos con preferencia a otros .....	202
25. Condicionantes de los efectos de los medios .....	204
26. Principales corrientes de pensamiento respecto a los posibles motivadores de la conducta humana .....	213
27. Factores que hacen variar la probabilidad de que una conducta violenta sea imitada .....	226
28. Principales conclusiones de la investigación respecto a los efectos emocionales de la violencia presentada en los medios .....	235
29. Contenidos que podrían ser considerados como pornográficos .....	238
30. Algunos efectos de la pornografía en audiencias infantiles y juveniles .....	246
31. Principales factores por los que la gente participa en procesos de comunicación .....	254

### FIGURAS

1. Distribución geográfica de la población mexicana de acuerdo con valores culturales y estilos de vida .....	71
2. Modelo original de transmisión de información propuesto por Shannon y Weaver y modificado por Wiener, padre de la cibernética .....	113
3. Proceso de difusión de información en la sociedad .....	260

### DIAGRAMAS

1. Tendencias de desarrollo de la prensa en México .....	8
2. Efectos conductuales de la violencia presentada en los medios .....	229
3. Dimensión socializadora de los medios .....	278
4. Los medios vistos como un punto donde confluyen los procesos de socialización, educación y aculturación .....	280