


José Iñigo Aguilar Medina.


"Identidad, adolescencia y uso del televisor"

En: **Antropología**. Boletín oficial del INAH No. 58. pp. 43-49. Abril-junio 2000.

Boletín Oficial del Instituto Nacional
de Antropología e Historia



**AN
TRO
POLO
GÍA**



NUEVA ÉPOCA
ABRIL - JUNIO DE 2000

HISTORIA

*Rosa María González J.
y Acacia Toriz P.*

Primeras profesionistas
mexicanas: las ventajas
de la anarquía

Carlos M. Tur Donati

La literatura de la Arcadia
novohispana 1916-1927

ANTROPOLOGÍA

Rosa María Vanegas
Movimiento migratorio
México-Canadá

Martha Hernández Cáliz

Riesgos laborales en el
procesamiento del cuero

*Iñigo Aguilar Medina, María
Sara Molinari y Reyna Garduño*
Identidad, adolescencia y uso
del televisor

*María J. Rodríguez-Shadow,
María Eugenia D'Aubeterre
y Robert Shadow*

El matrimonio indígena
en el México contemporáneo

NOTAS

*Françoise Vatant
Salvador Rueda Smithers
Gerardo Necochea*

58

ISSN 0188-462-X

Índice

HISTORIA

Rosa Ma. González J. y Acacia Toríz P.
Primeras profesionistas mexicanas:
las ventajas de la anarquía
2

Carlos M. Tur Donatti
La literatura de la Arcadia novohispana
1916-1927
14

ANTROPOLOGÍA

Rosa María Vanegas
El movimiento migratorio México-Canadá
19

Martha Hernández Cáliz
Riesgos laborales en el procesamiento del cuero
30

*Íñigo Aguilar Medina,
Ma. Sara Molinari y Reyna Garduño*
Identidad, adolescencia y uso del televisor
43

*María J. Rodríguez-Shadow,
María Eugenia D'Aubeterre y Robert Shadow*
El matrimonio indígena en el México
contemporáneo
50

NOTAS

Françoise Vatan
Balance de seis años de Investigación Formativa
58

*Salvador Rueda Smithers
Rodolfo Fernández*
*Mucha tierra y pocos dueños: estancias,
haciendas y latifundios avaleños*
68

*Gerardo Necoechea
Dolores Pla Brugat*
*Els exiliats catalans. Un estudio de la emigración
republicana española en México*
71



Íñigo Aguilar Medina, Ma. Sara Molinari y Reyna Garduño

Identidad, adolescencia y uso del televisor

Los mecanismos de la reproducción social han sido una cuestión que ha ido cambiando de manera significativa en las últimas décadas y en todas las sociedades humanas. Antes les correspondía ejercerlos, de manera preponderante, a los miembros adultos de cada grupo humano y por medio de sus diferentes instituciones, como son la familia, la escuela o la iglesia,¹ en tanto que en la actualidad, en el proceso de preparación de las generaciones de renuevo, intervienen otros elementos como lo son los medios de comunicación masiva, en especial la televisión, los que han abierto la oportunidad para que otras instituciones e inclusive otros grupos sociales de cultura diferente, puedan intervenir en la transmisión de la cultura y de sus normas y por lo tanto en la visión que dichas generaciones están adquiriendo del mundo que las rodea.

El interés por analizar la relación que mantiene la familia, en su tarea de socialización de las nuevas generaciones, con la televisión, se basa en la necesidad de dilucidar cómo están utilizando los miembros de la familia la televisión, si es de manera subordinada a su identidad cultural, haciendo que prevalezcan sus valores, tradiciones y creencias, o determinar hasta qué punto están abandonando esta tarea en manos de la televisión.

Se presentarán los resultados de un mismo cuestionario aplicado con 10 años de diferencia, uno en el

año de 1989 y otro en el de 1999, a un grupo de adolescentes que tienen como principal ocupación la del estudio de la secundaria o de la preparatoria, que viven en las delegaciones Coyoacán o Benito Juárez en el Distrito Federal y que cuentan en promedio con quince años de edad. De esta manera, podemos señalar la magnitud y el rumbo de los cambios que ha tenido, en la última década, la relación de los adolescentes y de los miembros adultos de su familia con la televisión. Así pues se pretende establecer cuáles son los patrones regulares de comportamiento de la familia urbana que tiene hijos adolescentes que estudian, en relación a los usos que hace de la televisión.²

Un elemento nuevo e importante a considerar en la sociedad compleja de la segunda mitad del siglo xx es el papel que desempeñan los medios de comunicación social: prensa, radio, cine y, en especial, la televisión. Estos medios se han tornado en pocas décadas en elementos de gran influencia en la formación de creencias y costumbres de millones de personas, tanto en el medio urbano como en el rural; su penetración es masiva y por ello, y porque están en contacto con los individuos desde sus primeros años de vida y durante varias horas al día, es innegable que participan en el proceso de endoculturación, compartiendo, de manera informal y muchas veces paralela, con la familia y con la escuela, la tarea de socializar y educar a las nue-

¹ Michael Anderson, *Sociología de la familia*, México, Fondo de Cultura Económica, 1980.

² C. M. Arensberg y S. T. Kimball, "La familia de la granja pequeña en la Irlanda rural", en Anderson, *op. cit.*, pp. 21-42.

vas generaciones.³ Dentro de los medios de comunicación social tenemos que la radio, la prensa y sobre todo la televisión, son los que mayor impacto tienen en la vida cotidiana.

La trascendencia que adquieren los medios de comunicación social en nuestros días se debe a su enorme atractivo y a su capacidad de persuasión, elementos que van acompañados de publicidad comercial e ideológica (mensajes); aquélla para normar los hábitos de consumo y ésta para modificar los valores sociales, culturales y económicos de quienes los reciben.

Un aspecto relevante de los medios lo constituye no sólo su gran capacidad para la difusión de mensajes, sino ante todo su misma estructura, la que ha logrado modificar hasta los mismos procesos del aprendizaje y la que proyecta la construcción de un nuevo modelo de hombre, de cultura y de transmisión de los modos de vida. De tal manera que en las sociedades que se encuentran con su influencia, toda la comunicación de mensajes, para que pueda asegurar su recepción, tiene que transitar por los caminos lingüísticos y conceptuales construidos por los sistemas de comunicación social y de la llamada cultura audiovisual.⁴

Ahora los adolescentes se sirven de los medios de comunicación social para formar su personalidad y prepararse así para la vida adulta. Utilizan con frecuencia y con mucha facilidad estos medios porque se adaptan rápidamente a su forma de expresión: sonido e imagen. Asimismo, particularmente por lo que ven en la televisión y en el cine, oyen en la radio y leen en la prensa y en las historietas, los adolescentes son llevados muchas veces por la fuerza de las circunstancias a aceptar los valores de programas y mensajes que no siempre son razonados por ellos ni tampoco sancionados por su grupo familiar, pues las tres posiciones tradicionales de los adultos ante los medios se concretan o a decretar su prohibición o a establecer una estricta vigilancia, o a dejar su uso en total libertad, pero casi nunca se busca proporcionar a los adolescentes los instrumentos de control y de respuesta crítica que les permitan convertir a los medios en una herramienta aceptable y aceptada de transmisión de valores.

³ T. Parsons, "La familia en la sociedad urbana-industrial de los Estados Unidos", en Anderson, *op. cit.*, pp. 43-74.

⁴ Ángel Díaz Barriga, "La escuela en el debate modernidad-posmodernidad", en *Posmodernidad y educación*, México, UNAM, 1995, pp. 205-225.

La televisión lleva la imagen hasta el interior de la casa; es un maravilloso instrumento de entretenimiento e instrucción, que ha posibilitado compartir las emociones experimentadas por los familiares, y también ha permitido, con la invención e introducción de la videocasetera en el hogar, proyectar los programas y películas deseados, dentro del horario que ellos elijan y con el ritmo que ellos determinen.

La televisión ejerce, por sus cualidades, una gran fascinación. Esto le asegura una influencia importante en las personas, y si éstas "no saben leer los mensajes" recibirán de manera pasiva todo lo que se les proponga. Los mensajes pueden ser transmitidos en forma directa y clara, o de manera sugerida. Es decisivo en el análisis de los medios de comunicación dilucidar el manejo que hacen de estos mensajes llamados ocultos.

Por sus cualidades, los medios de comunicación masiva son un nuevo elemento en la transmisión de la cultura; no pocos autores señalan que han asumido ya el papel de nuevos padres y de nueva escuela, tanto por el tiempo que los niños y adolescentes les dedican, como por la cantidad de información que transmiten, así como por la autoridad que los adultos del grupo familiar y de la escuela les otorgan. Es común justificar los argumentos de una conversación con las palabras: "lo leí en el periódico" o "lo dijeron en la televisión"; por lo tanto se requiere que sean tomados en cuenta, sobre todo cuando se pretende analizar el proceso de la adquisición de patrones que se generan en un determinado grupo.

Los adultos en la familia, los maestros en las escuelas y los medios de comunicación social a la vez que transmiten conocimientos o entretenimiento también están reflejando un sistema de valores. Los niños, que hasta después de los doce años adquieren la madurez necesaria para poder discriminar ideas, conocimientos y valores, asimilan todo lo presentado por familiares, maestros y medios de comunicación social, incluido el sistema de valores, de tal manera que nunca contraponen las concepciones de su hogar con las de la escuela y las de éstas con las de los medios de comunicación social; no enfrentan un mundo con el otro, asimilan todos y no se resuelven por ninguno. Al llegar la pubertad, cuando la persona tiene que reafirmar su yo y dar su lealtad a un conjunto de instituciones, grupos y valores, es cuando el adolescente enfrenta los valores de la escuela, por un lado, y los de los medios de comunicación social, por el otro, con los adquiridos en su fami-

lia.⁵ Esta actitud de reflexión y de discriminación de valores en la que se ocupa el adolescente, es la que le da la imagen popular, dentro de la familia, la escuela y la sociedad, de ser un inconforme, de encontrarse ya en la edad difícil, pues es el periodo en el que ya no está dispuesto a aceptar los valores de una manera pasiva y sin confrontarlos con los que recibe por otras vías. Sin embargo es necesario apuntar que algunos estudiosos consideran que la televisión ha contribuido de manera significativa en la alienación de los procesos de razón que sigue el ser humano y ha generado una forma de comportamiento que no tiene relación con la conceptualización de las cosas y que no consigue promover ni la libertad ni el uso de la razón.⁶

El primer ingrediente que resalta, en relación con los comportamientos que se han adquirido como patrones regulares en las familias de los adolescentes estudiados, se refiere al hecho de que el aparato receptor de las señales televisivas es un elemento presente en todas las viviendas, que ya se había establecido como una pieza necesaria cuando se realizó el estudio de 1989 y que se conserva como tal durante toda la década. Esto indica que desde su aparición en los años cincuenta y en un lapso de 35 años, este medio de transmisión de mensajes pasó a ser parte elemental de la vida familiar y de la cultura. Asimismo ha surgido a finales de los años setenta el uso doméstico de la videocasetera, que como complemento del televisor permite la reproducción de imágenes y sonidos por medio de cassetes, y de la misma manera su incorporación al menaje familiar es claro, aunque aún no universal, pues en el análisis de 1989 sólo 73 por ciento de las familias contaban con este aparato, en tanto que para 1999 el porcentaje de las familias que lo tiene ha llegado a 90 por ciento (cuadro 1).

El lugar físico que ocupa el televisor dentro de la vivienda es muy variado, inclusive se tienen casos de familias que han colocado el aparato receptor en todas las habitaciones, lo que indica que no encontramos un patrón que le determine un espacio propio; sin embargo, se puede identificar con claridad la tendencia que indica que lo más común es contar con varios aparatos y que éstos se distribuyan en los diferentes espacios de la casa, como en los sitios de convivencia familiar, la sala y el comedor, en los que se realiza la elaboración

de alimentos, la cocina, y los destinados al descanso. Los resultados del decenio estudiado demuestran que el número de familias que ubican algún receptor en la sala ha crecido del 62 al 69 por ciento, en tanto que el número de familias que cuentan con algún televisor en la recámara es para ambos momentos del estudio similar y se ubica en el 84 por ciento de los casos. Por otro lado, los hogares que cuentan con un aparato en cada uno de los diferentes espacios de la vivienda han aumentado en su proporción del 7 al 13 por ciento en el plazo de dos lustros. Por lo que se puede afirmar que ver la televisión se ha adoptado como un patrón de comportamiento que tiene dos vertientes, en donde se mantiene a la vez la relación de carácter individual y la colectiva, de tal forma que este medio de comunicación puede congrega a varios o a todos los miembros de la familia.

Es evidente que la familia urbana ha dejado algunas de sus antiguas funciones, como la de constituir una unidad de producción, como ocurre más a menudo entre las familias campesinas, y se ha especializado como unidad sólo de residencia, de reproducción y de consumo, aunque sigue siendo significativo aún, por ejemplo, el tiempo y los recursos destinados por sus integrantes a la elaboración de los alimentos. La familia se ha constituido en nuestra sociedad en una entidad social más especializada.⁷

Una de las actividades centrales que realizan los miembros de la familia es la que los congrega para consumir los alimentos y que de manera tradicional se ha destinado al mismo tiempo a la interacción vivencial de sus integrantes; sin embargo, en las últimas cinco décadas ha ido cediendo lugar a la atención que se le presta a la transmisión televisiva. Es así que la relación se establece ahora de manera preponderante con los contenidos que proporciona la televisión y ya no con las expresiones que provienen de los otros miembros de la familia, es decir, el patrón de comportamiento durante el consumo de alimentos se ha dividido. Por lo que resulta que hoy es aceptado por igual utilizar el momento destinado a la alimentación, para establecer el diálogo entre los comensales, como el que éstos lo hagan centrando su atención en la televisión,⁸ o que

⁵ Cf. Parsons, *op. cit.*, pp. 43-47.

⁸ Cf. Vicente Anaya Cadena, A. Delhumeau Arrecillas *et al.*, *El impacto de la televisión en cinco comunidades vírgenes de México*, México, UNAM / UNICEF, 1984.

⁵ Parsons, *op. cit.*, p. 56.

⁶ Díaz Barriga, *op. cit.*, pp. 223-224.

ANTROPOLOGÍA

Cuadro 1
La televisión y los adolescentes que están estudiando (entrevistados en 1989 y 1999)

<i>Características</i>	<i>Encuesta de 1989</i>		<i>Encuesta de 1999</i>	
	<i>Cifra</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Cifra</i>	<i>Porcentaje</i>
¿Tienes televisión?				
Sí	496	99.2	278	100.0
No	0	0.0	0	0
No contestó	4	0.8	0	0
Total	500	100.0	278	100.0
¿Tienes videocasetera?				
Sí	363	72.6	249	89.6
No	133	26.6	25	9.0
No contestó	4	0.8	4	1.4
Total	500	100.0	278	100.0
¿Lugar donde está la t.v.?				
Sala	57	11.4	41	14.7
Comedor	12	2.4	3	1.1
Cocina, comedor, recámara	43	8.6	10	3.6
Recámara de mis papás	9	1.8	15	5.4
Recámaras	116	23.2	58	20.9
Sala y recámara	220	44.0	115	41.4
Todos	35	7.0	35	12.6
Cuarto t.v.	5	1.0	0	0
No contestó	3	0.6	1	0.4
Total	500	100.0	278	100.0
¿Está funcionando la t.v.?				
Desayuno	5	1.0	4	1.4
Comida	42	8.4	34	12.2
Cena	124	24.8	53	19.1
Todos	77	15.4	59	21.2
Comida, cena	160	32.0	79	28.4
Desayuno, cena	16	3.2	7	2.5
Desayuno, comida	2	0.4	1	0.4
A ninguna	56	11.2	33	11.9
No contestó	18	3.6	8	2.9
Total	500	100.0	278	100.0

Fuente: Encuesta directa, DEAS-INAH, 1989 y 1999.

simplemente se acompañen de la imagen y del sonido que produce, pero sin molestarse en prestarle ninguna atención.

De este modo, el 20 por ciento de las familias de los adolescentes entrevistados en 1989 veían la televisión durante el desayuno; en 1999 la cifra es de 26 por ciento. El 56 por ciento atendía durante la comida al

receptor y para 1999 aumentó al 64 por ciento; en la cena se ocupaban en ver las transmisiones el 75 por ciento y ahora es el 71 por ciento, pero en compensación antes sólo el 15 por ciento se dedicaba a ver la televisión en el transcurso de todas las comidas y ahora lo acostumbra el 21 por ciento de las familias, incluso también ha aumentado de manera mínima las que no ven

ANTROPOLOGÍA

Cuadro 2
Programas que ven los adolescentes que están estudiando (entrevistados en 1989 y 1999)

<i>Características</i>	<i>Encuesta de 1989</i>		<i>Encuesta de 1999</i>	
	<i>Cifra</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Cifra</i>	<i>Porcentaje</i>
¿A quién pides permiso para ver la t.v.?				
Papá, mamá, hermanos	61	12.2	36	12.9
A nadie	436	87.2	241	86.7
No contestó	3	0.6	1	0.4
Total	500	100.0	278	100.0
¿Hay algún programa de t.v. que te prohíban?				
No	412	82.4	199	71.6
Sí	83	16.6	76	27.3
No contestó	5	1.0	3	1.1
Total	500	100.0	278	100.0
¿Por qué te lo prohíben?				
No me prohíben	414	82.8	199	71.6
Son malos	12	2.4	18	6.5
Son para adultos	26	5.2	33	11.9
Son tontos	19	3.8	9	3.2
No sé	6	1.2	3	1.1
Tengo que dormir	8	1.6	10	3.6
Para adultos, dormir	5	1.0	0	0
Malos, tontos	5	1.0	2	0.7
No contestó	5	1.0	4	1.4
Total	500	100.0	278	100.0

Fuente: Encuesta directa, DEAS-INAH, 1989 y 1999.

televisión durante las comidas y que eran el 11 y ahora lo son el 12 por ciento (cuadro 1). El nuevo patrón regular de comportamiento que se consolida incluye la opción de que mientras se consumen los alimentos se puede atender a la televisión, o a la familia de manera indistinta, lo que representa la existencia de dos patrones de comportamiento con el mismo grado de aceptación.

La autorización para hacer uso de la televisión por parte de los adolescentes presenta las siguientes variaciones: en 1989 el 12 por ciento de ellos pedía permiso, o a sus padres o a alguno de sus hermanos, para ver la televisión. Esta proporción se ha incrementado ligeramente en 1999 y alcanza al 13 por ciento de las familias. Por otra parte, los adolescentes que no tienen que pedir ninguna anuencia también han variado ligeramente, así en 1989 era el 87 y ahora son el 86 por ciento, lo cual se puede asociar con el porcentaje de familias que

colocan el aparato receptor en la recámara (84 por ciento). Suponemos que basta que el adolescente tenga el televisor en su recámara para que al mismo tiempo tenga la licencia de sus padres para disponer libremente de él (cuadro 2).

No obstante, los adolescentes afirman que hay programas de televisión que tienen prohibido ver, en 1989 así ocurría para el 17 por ciento de ellos, en tanto que para 1999 el incremento ha sido significativo y ahora abarca el 27 por ciento del total. La prohibición tiene su causa en que los adultos consideran que esos programas son inadecuados para los muchachos, así lo declaraba en 1989 el 75 por ciento de los adolescentes a los que se les prohibía ver algún programa de televisión, en cambio ahora lo dice el 82 por ciento de ellos. En 1989 el 16 por ciento no veía televisión porque tenía que dormir; ahora sólo el 13 por ciento tiene esta restricción (cuadro 2).

ANTROPOLOGÍA

Cuadro 3
Capacidad instructiva de la televisión según los adolescentes que están estudiando
(entrevistados en 1989 y 1999)

<i>Características</i>	<i>Encuesta de 1989</i>		<i>Encuesta de 1999</i>	
	<i>Cifra</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Cifra</i>	<i>Porcentaje</i>
¿La televisión te enseña?				
Sí	265	53.0	172	61.6
No	142	28.4	69	24.7
Si y no	85	17.0	33	11.8
No contestó	8	1.6	5	1.8
Total	500	100.0	279	100.0
¿Tus papás te han pedido ver un programa de t.v.?				
Sí	219	43.8	120	43.2
No	276	55.2	154	55.4
No contestó	5	1.0	4	1.4
Total	500	100.0	278	100.0
¿Por qué te lo piden?				
No me piden	265	53.0	154	55.4
No quieren que vea	8	1.6	0	0
Son buenos	158	31.6	76	27.4
Enseñan	52	10.4	44	15.8
No contestó	17	3.4	4	1.4
Total	500	100.0	278	100.0

Fuente: Encuesta directa, DEAS-INAH, 1989 y 1999.

Debido a la relevancia que ha adquirido en nuestra sociedad el uso de la televisión es importante saber cuáles son las finalidades que los adolescentes consideran que se persiguen al mirar los programas teletransmitidos: si sólo se busca la recreación y el descanso, o si también tiene cabida el proceso de aprendizaje. El 53 por ciento de los entrevistados en 1989 afirmaba que la televisión le enseñaba, en tanto que en 1999 el porcentaje que así lo considera ha crecido hasta el 62 por ciento. Los adolescentes que expresaron que la televisión les enseña, pero que también tiene otras funciones no educativas, era en 1989 el 17 por ciento de la muestra y ahora es el 12 por ciento, lo que resulta es que el 70 por ciento de ellos le atribuían posibilidades educativas al televisor y que este porcentaje ha aumentado ligeramente en la actualidad abarcando al 73 por ciento de los entrevistados. Por su parte los que piensan que la televisión no les enseña eran en 1989 el 28 por ciento de los entrevistados y ahora son el 25 por ciento.

Así pues existe una clara y persistente tendencia, por parte de los adolescentes, a considerar que es posible obtener experiencias de aprendizaje mirando el televisor (cuadro 3).

Para completar este panorama es necesario presentar la opinión de los padres de los adolescentes acerca de la utilidad de la televisión. Se preguntó a los adolescentes si sus padres les han pedido ver un programa de televisión. En el transcurso de la década el porcentaje de adolescentes que contestaron de manera afirmativa a esta pregunta se ha mantenido en un porcentaje similar, 44 en 1989 y 43 por ciento en 1999, así como la razón por lo que les han pedido que los vean, porque son buenos el 32 lo decía hace diez años y el 27 por ciento en la actualidad, porque enseñan el 10 por ciento y el 16 por ciento, respectivamente (cuadro 3). Por esto, parece que los miembros adultos de las familias consideran que los muchachos aprenden de los programas que se transmiten por televisión.

Conclusiones

Mediante el análisis realizado se puede concluir que los adolescentes estudiados y sus familias han estado construyendo un patrón de comportamiento, que norma su relación con los programas que se transmiten en la televisión, y que presenta diferentes facetas. Los aquí examinados hablan de que la televisión está presente en todas las viviendas, que al menos se cuenta con un aparato receptor, que con frecuencia se ubica tanto en los ámbitos de convivencia familiar como en los que es posible verla de manera individual. La videocasetera, como complemento del televisor, es adoptada cada vez por un mayor número de familias. La televisión se pone a funcionar durante los periodos en que la familia consume alimentos, también es común que lo haga durante la comida del mediodía y de la noche. Por otro lado, la mayoría de los adolescentes no requieren de la autorización de los adultos para ver la televisión, pero sí se les prohíben ver algunos programas, o se les limita el horario en el que pueden verla. De igual forma, es mayor el número de adolescentes y de sus padres que consideran que la televisión transmite programas de los que pueden aprender, es decir, que puede ser utilizado como un aparato didáctico.

Lo que sí es indudable es que no todo lo que necesitan las nuevas generaciones lo proporciona la televisión, por tanto no pueden o no deben dedicarle todo el tiempo libre, éste debe compartirse con otras actividades recreativas como son el ejercicio físico mediante los juegos, la puesta en práctica de lo aprendido en la televisión por medio de actividades manuales, debe haber lugar para la lectura recreativa, para la convivencia con otros muchachos de su edad y para colaborar en las actividades de la casa, ya sea de limpieza, de mantenimiento o reparación, de tal manera que la televisión no les consuma todo su tiempo libre; lo saludable sería que ellos mismos escogieran los programas y que lo hicieran después de hablar de sus ventajas y desventajas, que fuera el resultado de una negociación entre ellos y que el programa se pudiera grabar en la videocasetera, de tal manera que los adolescentes y la familia tengan el control

del horario y no que la televisión interrumpa los ritmos de trabajo de la familia.

Los adultos se preguntan en qué medida es bueno que los adolescentes vean la televisión y qué beneficios o perjuicios les trae, qué actividades se abandonan por la televisión, pero nadie parece dar una respuesta efectiva al respecto; la televisión es ambivalente, dicen algunos de sus estudiosos,⁹ pero esta afirmación no da respuesta a la inquietud inicial: en qué medida les proporciona bienestar. Se sabe que los humanos aprendemos por medio de la observación, es decir, que nos comportamos según vemos que se portan las personas que nos rodean, por lo tanto la televisión entrega modelos de conducta mediante los programas que decidimos ver. Sin duda las generaciones de renuevo aprenden mientras observan y recuerdan lo aprendido para usarlo en el futuro. Asimismo se señala que la televisión interfiere con los procesos de conceptualización y del ejercicio de la razón, haciendo indeseable con ello la lectura, la crítica y en fin, la promoción de un pensamiento propio basado en la razón.¹⁰

Es evidente que hoy día nadie puede vivir al margen de la televisión y de sus mensajes, por ello una buena salida a los inconvenientes que plantea el uso de la televisión por parte de los niños y adolescentes consiste en tratar de formar su criterio por medio del diálogo, en todos los ámbitos de su vida familiar, escolar y grupal, en el que se traten las características de la televisión, los usos positivos y negativos que se le pueden dar y el impacto que los mensajes transmitidos por la televisión pueden tener en la conformación de su personalidad. Así como se ha aprendido a convivir con el aparato receptor y darle una ubicación y uso dentro de la vivienda, es necesario que socialmente se aprenda a ver la televisión: sin adicción, como elemento didáctico, como elemento de recreación, como elemento de información, como elemento que obligue a cada persona a emitir juicios acerca de sus mensajes y por lo tanto a aceptarlos o rechazarlos, pero siempre de manera razonada, cuidando que no se convierta en el único medio, sino que sea siempre uno más de los canales de información y de formación de la identidad de las nuevas generaciones.

⁹ Cf. Sarah García Silberman y Luciana Ramos Lira, *Medios de comunicación y violencia*, México, FCE, 1998.

¹⁰ Díaz Barriga, *op. cit.*