



www.zonaconductual.com
Campo de investigación en psicología.

Influencia del consumo televisivo sobre la formación de la identidad de género en la niñez intermedia (8-12 años).

- Mónica María Avalos.
Pereira-Colombia, septiembre de 2009.

Comprometidos con el análisis de la conducta.

La ciencia es nuestro espacio.

INFLUENCIA DEL CONSUMO TELEVISIVO SOBRE LA FORMACIÓN DE LA IDENTIDAD DE GENERO EN LA NIÑEZ INTERMEDIA. (8-12 AÑOS).

Mónica Maria Avalos¹

Pereira – Colombia, Septiembre de 2009.

Planteamiento del problema.

La televisión se ha convertido en un agente socializador, buscando a partir de su contenido mostrar la realidad del contexto en la que se está inmerso, realmente la dificultad de estar frente a una pantalla es el no tener una televisión diseñada bajo cánones establecidos de acuerdo a las necesidades de la población, especialmente de la población infantil, eso en primera instancia, además los receptores de la televisión no tienen una preparación para llevar a cabo una buena interpretación y/o aprendizaje de lo que están consumiendo, y en tercera medida los programas que hoy en día están siendo vistos por los niños (as) no son bajo el asesoramiento y compañía de los padres por lo que hay un aprendizaje erróneo de lo que ven y un replicamiento en el comportamiento del menor respecto a lo que observa.

Es necesario entonces reconocer la alta demanda que tiene la televisión por parte de la población infantil, donde se tiene convencimiento de la permanencia de niños y niñas frente al televisor por largos periodos de tiempo, con poco o nulo acompañamiento de los padres quienes la mayor parte de su tiempo se encuentran fuera de sus hogares, por lo que sus hijos/as quedan en compañía de otras figuras como abuelos, tíos, empleadas, entre otros, de esta manera no es posible garantizar una buena formación de los niños/as frente a los programas que ven, debido a la falta de acompañamiento.

Las cifras que revelan la calidad de vida de la población infantil colombiana para el 2003 dejan evidencias claras de las altas horas

que estos pasan frente al televisor, en promedio los niños y niñas ven de dos a tres horas diarias, lo que indica que por semana son unas 20 horas frente al televisor, además el horario preferido por ellos es en la tarde y con un gran aumento en la noche. Teniendo en cuenta que es en estas horas donde ellos permanecen sin la compañía de los padres, cabría la pregunta de ¿Qué tipo de televisión están consumiendo los niños y niñas?, pero lo más significativo es ¿Que tipo de influencia frente a la construcción de identidad de género están adquirido a partir de los contenidos televisivos?

La mayoría de programas que se muestran en la televisión presentan un alto contenido violento, de 70 a 130 escenas violentas, por lo que dichos mensajes son recibidos por los niños y niñas e incluido en su repertorio comportamental y por supuesto cognitivo, calculándose una audiencia infantil cerca de los 600 mil niños. La mayoría de estudios realizados acerca de la influencia de la televisión se da especialmente en España con un alto porcentaje, por lo menos en Colombia son muy pocos los trabajos que se han hecho con base a éste tema, aunque dentro de los que sean efectuado se le da mayor importancia a la población en general, estratos alto, medio y bajo, zonas urbanas y rurales, aunque se han dado algunos estudios de género en la población desplazada, y rural; lo que demuestra cómo la televisión que ven los niños y niñas tienen un gran impacto en la formación de cada uno, especialmente en cuanto a su identidad.

Hoy en día la participación de la psicología en los temas de la comunicación se vuelve muy necesaria, ya que hay que darle una mirada más clara al fenómeno de la televisión frente a los referentes que niños y niñas sin importar el estrato socioeconómico emplean para la construcción de su identidad de género. Teniendo en cuenta que la marcada necesidad de esta clase de estudios son hechas con el fin de conocer las necesidades de los niños y niñas, y de esta manera ponerlos al servicio de las instituciones educativas, ya que los últimos estudios 2005-2006 y 2007 muestran que los medios de comunicación pueden ser empleados para fines educativos.

¹ Psicóloga. monicaavalos@zonaconductual.com

1. Pregunta de investigación.

¿Qué influencia tiene el consumo televisivo sobre la formación de la Identidad de Género en la niñez intermedia (8-12 años)?

2. Antecedentes investigativos.

Partiendo de las evidencias que de antemano colocan a los niños y niñas como la población que pasa más horas frente al televisor, y basados en la influencia que la mayoría de los programas que estos ven afectan de una u otra manera la configuración de su propia identidad, hasta el punto de reproducir ciertos patrones de comportamiento.

Conocer de identidad de género implica abordar las diferentes construcciones teóricas propuestas por algunos de los investigadores del tema, o tener un acercamiento a los planteamientos que en torno al tema han propuesto, con el fin de hacerlos partícipes en el abordaje del objetivo que se desea alcanzar; investigando en cada una de las teorías si los programas de televisión influyen o no en la construcción de identidad de género de niñas y niños.

A partir de esto se tomaron los diferentes autores, investigaciones y tesis que de una u otra forma han hablado acerca de la identidad de género, la televisión, la niñez entre otros temas importantes para la presente investigación. Cabral B, y García C (1993) señalan los diferentes cambios sociales que han complejizado la identidad y las relaciones entre sexo, sociedad y género, de ésta manera traen a colación el interrogante acerca de la estabilidad e inmutabilidad de la identidad; la identidad ya no es solo el producto de raíces biológicas sino que entra en juego los productos socioculturales, en ese sentido la televisión es uno de ellos, por lo que los contenidos televisivos deben promover la construcción de la identidad de género con base en la igualdad de géneros, sin hacer distinciones estereotipadas y división de roles de hombres y mujeres, ya que esto conllevaría a que los televidentes, en este caso niños y niñas adquieran un patrón de comportamiento que imita o interioriza los cánones establecidos por los medios de comunicación, adquiriendo

su propio repertorio comportamental frente a lo que cada uno construye para su identidad de género.

Autores como, Castells (1998) se refieren a al concepto de identidad, planteándola como un yo individualizado, que se forma en relación con los otros, es decir que la identidad es el resultado de las propias construcciones, pero siempre con un referente sociocultural, convirtiéndose en el resultado de una interacción activa del individuo para con su medio. Además la identidad según (Susan Harter, 1978, tomado de Cala, P, Luz, 2001) es referida como el conjunto de creencias que durante la vida el sujeto asume acerca de sí mismo/a en sus diferentes planos (biológico, psicológico y sociocultural), para asumirse y construir su identidad debe estar inmerso en la relación entre el desarrollo de sus propias capacidades cognoscitivas y a experiencia con el medio socializador en el que se encuentra (familia, pares y demás personas significativas). De esta manera la identidad siempre se va a construir a partir de la socialización que hace el sujeto en su contexto y las características psicológicas propias que le permiten hacer una interiorización de sus construcciones, por lo que la identidad girará en función a estas relaciones permitiéndole adquirir un reconocimiento de quien es, como se comporta y las variaciones que se dan de ese comportamiento respecto a su género.

Un poco más allá del concepto de identidad, se encuentra la construcción de una identidad específica, denominada identidad de género, en la cual se da la relación entre lo que es identidad y el género, éste último es “el conjunto de características sociales, culturales, políticas, psicológicas, jurídicas, económicas, asignadas al sexo diferencialmente” (Lagarde, M. Pág. 9). Explicando que los sujetos nacen con características sexuales las cuales se vuelven específicas de acuerdo a cada cultura, ya que el valor que le asignan al género es distinto, la connotación que se haga del género siempre hará referencia a la construcción bio-psico-social propia del sujeto a partir de su propio cuerpo. Según Fernández, J. (1996) la identidad de género hace referencia a la igualdad de la propia individualidad desde el ser varón o ser mujer, o en otros casos la misma ambivalencia, lo que lleva a plantear la identidad de género como una experiencia personal del papel del géneros.

Según el diccionario especializado en familia y género se denomina a la identidad de género como la “construcción social que conlleva el asumir la condición femenina o masculina en el ejercicio personal, familiar y colectivo; es diferente de la identidad sexual según el determinante biológico...se construye en el proceso de socialización y se refuerza durante la vida de las personas, pero depende de las diferencias sociales y culturales entre hombres y mujeres, que varían histórica, cultural y geográficamente” (Velásquez, A. Pág. 77.)

De acuerdo a las categorías anteriormente mencionadas como el sexo, la identidad, la identidad de género, es pertinente relacionarlas con la construcción que se ha gestado a lo largo de la historia frente a lo femenino y lo masculino, en dicha relación emerge la verdadera percepción que la sociedad ha construido en torno al género. “como género, los hombres gozan de espacio y de protagonismo... la situación varía según las clases sociales a las que pertenezcan” (Lagarde, M. Pág. 27.)

La construcción que se ha hecho en torno a la identidad masculinidad parte de ser siempre diferente a la identidad femenina, esto ha llevado a una lucha de géneros, donde lo masculino se construye, se aprende, mientras que lo femenino es un estado natural. “La masculinidad construida a lo largo de la vida (poder y control sobre los demás, superioridad, sexo erótico inagotable, por ejemplo), varía de acuerdo con las características sociales, económicas y demográficas del varón, y del ambiente en que crece y vive. Por otra parte, la masculinidad es considerada una cualidad que así como se obtiene, se puede perder, de acuerdo con las circunstancias y a la historia de cada individuo” (Figueroa & Liendro, 1995. Tomado de Hardy, E, & Jimenez, A. 2001PG).

De acuerdo a esto, la categoría de feminidad se ha venido desvirtuando a lo largo de la historia especialmente lo que tiene que ver con los estereotipos y roles femeninos, los cuales hoy en día se asumen de manera distinta, las razones son varias entre ellas, porque la mujer de estos tiempos reconoce sus derechos, las oportunidades para que sobresalga y alcance sus logros se han ido dando paulatinamente, a demás se ha encargado de ir trabajando en contra de la ideología que se tenía de lo que era ser mujer, mostrando como ellas están al mismo nivel de la condición

masculina, no solo desde el hacer sino desde el ser, ya que como se nombraba líneas arriba el ser hombre o mujer no obedece a la genitalidad como única diferencia, sino que corresponde a la manera como cada quien se asume desde el querer ser hombre o querer ser mujer.

Aunque no se ha acabado del todo los estereotipos y los roles femeninos si se ha ganado mucho en terreno, siendo algo que los medios de comunicación deben ir apoyando y no al contrario como muchos lo siguen mostrando, y es que hoy en día los programas de televisión siguen produciendo en pro de diferencias entre los roles de hombres y mujeres, y es alrededor de ello que se están formando los niños y niñas de nuestro país “Uno de los roles sociales o papeles que se han asignado a las mujeres en exclusiva es el de proveedora del bienestar del esposo y la familia. Su puesta en práctica apenas ha sufrido variación a lo largo de una época muy extensa de la humanidad; incluso en los comienzos del siglo XXI y a pesar de que las mujeres tienen otros y muy diversos roles sociales, los medios de comunicación y la publicidad aún lo refuerzan, adjudicándolo casi exclusivamente a las mujeres.” Bengoechea, M, Díaz, M, Falcón, L, López, P, Pérez, A (2005)

El poder de los géneros ha hecho que cada vez se marque una brecha muy grande entre ellos, haciéndolos ver como totalmente diferentes, y cada uno con un papel específico dentro de la sociedad, “de la misma forma como se construye la masculinidad, la feminidad también inicia su construcción desde antes del nacimiento y continúa a lo largo de la vida. Los niños son estimulados a jugar en espacios abiertos, en la calle, a la pelota, con autos y a la guerra. Las niñas juegan con muñecas, imitan las tareas domésticas ejercidas por su madre y raras veces les es permitido jugar fuera de su casa. Desde pequeños, los varones comienzan a percibir su fuerza y las niñas su dependencia. Se le enseña a cada uno de ellos el lugar social que ocupan, en que el varón siempre tiene poder y ventajas. Es común que a las niñas se les mande a lavar los platos o a arreglar la cama (de ella y de su hermano) mientras que al niño no se le atribuyen tareas domésticas” (Figueroa & Liendro, 1995. Tomado de Hardy, E, & Jimenez, A. 2001).PG

De esta manera y como parte de lo que se ha construido como lo femenino y lo masculino se han formado ciertos cánones que desligan el ser hombre del ser mujer, instaurando diferentes roles para ambos géneros: Rol femenino “conjunto de tareas y funciones asignadas cultural y socialmente a la mujer. Rol maternal: mujeres cuidadoras y socializadoras de la siguiente generación. Rol ocupacional: trabajo domestico y extradoméstico, asociados a la labor productiva de las mujeres. Rol conyugal: la posición de la mujer pareja de un hombre para funciones de procreación, satisfacción sexual, soporte material y emocional, y cooperación económica... Rol Masculino: conjunto de tareas y funciones asignadas cultural y socialmente al hombre. En la familia la tendencia es a asumir su rol de proveedor económico, pero el tiempo en labores domésticas del padre es todavía poco significativo con respecto al tiempo que niños y niñas dedican a colaborar con las labores del hogar...las transformaciones sociales requeridas para mejorar las relaciones de género, para que tanto hombres como mujeres encuentren oportunidades para su realización personal, son un proceso en construcción que implica revisar las necesidades estratégicas de género, pues continua vigente la asignación tradicional de roles femeninos y masculinos “ (Velásquez, A. Pág. 109.)

La concepción que frente a los estereotipos de género y los roles asumidos por hombres y mujeres se han venido construyendo no hacen parte de nuevas concepciones , esto viene gestándose desde hace muchos años quedando en la historia de vida de muchas personas, especialmente de aquellas sociedades que aun en estos tiempos siguen adoptando los estereotipos y diferencia de los roles por sexos; Laura Berk (1998) en ese sentido tiene en cuenta la historia especialmente la Aristotélica, la trae a colación para mostrar como desde aquella época ya se daban grandes diferencias a nivel sociocultural frente al quehacer de hombres y mujeres, donde se concebía a la mujer como pasiva, deprimida, falsa, mientras que el hombre era aquel valiente y dispuesto a enfrentar el peligro, respecto a ello propone que hablar de estereotipos y roles no es nada nuevo para la sociedad, que por el contrario es una construcción que aun en nuestros días se sigue manejando, por lo que se ha convertido en una historia ya creada y fomentada por nosotros mismos.

Fernandez Boga (2005) acerca de las desigualdades sociales de género propone los aspectos más importantes a tener en cuenta para la construcción de la identidad de género, dotando de significados al género, a la identidad, los roles, entre otros. Proponiendo cifras que permiten vislumbrar las desigualdades que se han dado frente a los diferentes géneros “Las mujeres son las encargadas del 85% del tiempo invertido en el trabajo del espacio doméstico y los varones sólo del 15%. No obstante, en el espacio productivo remunerado, a las mujeres les corresponde el 47% del tiempo total de trabajo y a los hombres el 53%. Sumando el tiempo dedicado en ambos espacios (trabajo productivo y reproductivo), el 68% de las horas trabajadas corresponde al trabajo femenino y el 32% al masculino.”(Boga, F, 2005.)

Cuando se entiende qué es esa diferencia de géneros y a partir de cada sociedad o cultura que se hacen más evidente las diferencias entre hombres y mujeres respecto a sus roles y maneras de actuar en la sociedad, se empieza a observar que hay agentes socializadores muy fuertes que transmiten esas mismas características de género, las cuales comienzan a ser expuestas y llevadas a la población, independientemente de las características de la misma.

La televisión a lo largo de su historia ha creado diferentes modelos que son transmitidos a partir de sus programas, no importando que sea la novela o los muñequitos animados, que sin duda son los más vistos por los niños y niñas, cuando la sociedad se mitifica frente al contenido de los programas observado por los infantes, está contribuyendo a la apropiación que cada uno de ellos hace del contenido televisivo que ve, por ello es que hoy en día los estereotipos de género son más evidentes, ya que se siguen creando programas especiales con contenidos que dejan muy claras las diferencias entre niños y niñas, el papel de las niñas a través de los canales de televisión siguen siendo el de la niña pasiva y buena, la mujer que está llorando y sufriendo por el amor de un hombre, etc, mientras que para la representación masculina los papeles demuestran que el hombre siempre tiene el poder, la fuerza, agresividad, inteligencia, obtiene los mejores puestos, de esta manera los estereotipos de género seguirán siendo “construcciones subjetivas, ya que la cultura influye para que un sujeto adopte

determinados comportamientos que serían esperables para cumplir con ese rol femenino o masculino” (Velásquez, A. Pág. 55.)

Beatriz, G y Patiño, L (1990) a partir de la investigación sobre *La influencia positiva y negativa de la televisión en la formación de la personalidad de los niños*, deja ver su preocupación frente a la problemática de la influencia de la televisión, y da cuenta de la alta demanda que tiene la televisión por parte de la población infantil, encontrando que tanto los niños como las niñas permanecían por muchas horas frente a la televisión, colocándolos en una nivel de vulnerabilidad más alto de acuerdo a la construcción de su personalidad, ya que es de allí de donde nacerían sus referentes personales, ya que el uso de este medio de comunicación trae como consecuencia para la formación de la identidad de niños y niñas un aprendizaje por moldeamiento, Heintz, J, afirma “alguna vez los niños imitaron a sus padres y compañeros de juego. Sin embargo en la actualidad imitan los caracteres que ven por la televisión” (Heintz, J citado por Burbano, G Y Patiño L. Pág. 5.1990.)

En esta misma línea es importante reconocer el aporte del proceso investigativo, especialmente en cuanto a las herramientas que pueden proporcionar para descubrir si hay o no una influencia de la recepción televisiva en la construcción de la identidad de género especialmente, esta investigación trabajó con adolescentes, se llevo a cabo en 1998, logrando plantear varias identidades como: identidad individual, identidad social, identidad sexual, identidad de género, identidad de la humanidad, a partir de ello, pudieron explicar que a pesar que las identidades son diferentes en sí mismas, se asemejan ya que todas intentan que el sujeto se reconozca así mismo, como un ser individual, quien adquiere su identidad a partir de la inmersión en un contexto social, sosteniendo que al estar el sujeto inmerso en un espacio sociocultural toma de allí algunas de las estrategias para crear su propia identidad, donde éste se reconozca así mismo como diferente al otro, con una identidad propia de género, individual o identidad social.

La realización de diferentes análisis a contenidos de programas infantiles y de la publicidad incluida durante su emisión, como el estudio realizado por Bengoechea, M, Díaz, M, Falcón, L, López, P, Pérez, A (2005) en España, fue el resultado de un trabajo

multidisciplinar, en el cual se elaboró un primer documento de aquellos diferentes aspectos que influían en la programación infantil de televisión: sexismo, lenguaje, violencia, estereotipos, roles de género, etc., encontrándose una influencia en el contenido de los programas respecto a la forma en la que estos permean las construcciones de identidad (sexual, de género), los roles sexuales, creando estereotipos a partir de los referentes televisivos. Uno de los aportes que hace la investigación es proponerle a los medios de comunicación y especialmente a los programas que se están creando para que tengan en cuenta sus contenidos, caracterización de los personajes y roles desempeñados por hombres y mujeres ya que de ahí se toman elementos importantes para la construcción de la identidad de los niños y niñas que ven diariamente la televisión. “No olvidemos que los seres humanos adquieren su identidad mediante las cualidades que les atribuimos cuando hablamos de ellos y el tratamiento que de ellos hagamos; esto es, cómo los presentamos, cómo nos referimos a ellos, qué comentarios efectuamos sobre ellos, qué expectativas sobre ellos manifestamos verbalmente, cómo los representamos hablando y cómo los nombramos” Bengoechea, M, Díaz, M, Falcón, L, López, P, Pérez, A (2005)

A partir del recorrido por procesos investigativos frente a lo que se ha observado en la influencia de los medios de comunicación en la construcción de identidad de género, el significado mismo y trayectoria de lo que es el género, los roles, la identidad de género, permite el anclaje de todos esos elementos en la niñez, queriendo evidenciar como es que un niño o una niña logran adquirir su propia identidad de género a partir de la recepción de los diferentes programas televisivos. Feldman (2007) plantea que la niñez intermedia es comprendida desde los seis años hasta los 12 años de edad, dice que esta etapa de la niñez se caracteriza por los cambios en el desarrollo físico, cognitivo, social y de la personalidad, logrando describir de una excelente manera las características más representativas para ésta etapa de la vida del niño y niña, retoma los modelos piagetianos del desarrollo cognoscitivo donde se apoya desde una perspectiva muy psicológica de lo que ocurre durante esta etapa de la niñez. Una posición frente a los asuntos de la niñez y la construcción de identidad de género es la de Berk, L, (1998) quien representa en su teoría las diferencias propuestas entre sexos

y roles de género, ahora respecto al tema de la niñez intermedia esta autora tiene mucho que aportar, ella describe el desarrollo cognitivo a partir de la teoría de Jean Piaget y de Lev Semenovich Vygotsky, realizando un acercamiento a lo planteado por estos autores en términos de los procesos cognitivos propios a cada sujeto, y como dependen de una edad específica el desarrollo de los mismos.

Desde la psicología evolutiva Margarita Bocanegra (1986) explica que la niñez intermedia transcurre a partir de los tres años hasta los siete años de edad, recalcando la importancia durante esta etapa del crecimiento en áreas específicas del niño y niña en la cual necesitan un mayor y mejor acompañamiento, áreas como, la dimensión social y desarrollo de la personalidad. Desde la misma autora se retoma lo señalado por Papalia, sobre el desarrollo psicosocial en la niñez intermedia y adolescencia, explicando cómo se da y que significa el paso de la niñez a la adolescencia, el papel tan importante de los agentes primarios y secundarios durante el proceso, donde el niño y niña se enfrentan a cambios tanto a nivel fisiológico como personal, según las teorías propuestas por Erikson, especialmente en lo que respecta a la niñez intermedia, plantea que ésta se da entre los 7 y 12 años de edad, en términos del desarrollo psicosocial y específicamente frente a la formación de la identidad.

Sin duda la psicología a partir de sus teorías y procesos investigativos le da un sustento enorme al proceso de aprendizaje en los niños especialmente; de esa manera el campo de la psicología conductual a partir de la teoría de Albert Bandura, propone que casi cualquier conducta puede ser aprendida por un individuo sin la experiencia directa del reforzamiento y que además no tiene que ser reforzado para poner atención a imágenes vividas o sonidos fuertes (el impacto del estímulo en sí mismo llama nuestra atención), ni tampoco tenemos que ser recompensados de manera directa para aprender algo, es así que una postura de orden psicológico, específicamente de carácter conductista, empieza a dar una serie de explicaciones a partir de diferentes teorías respecto a por qué los niños y niñas adquieren determinadas conductas, especialmente las que pueden ser observadas y que por ende son un estímulo potencial, la explicación de ello surge a partir de los modelos que los niños y niñas toman de sus pantallas, puesto que imitan más las

conductas filmadas que las que son en vivo. Por lo que los niños toman como modelos a aquellos personajes que ven en la televisión, adquiriendo su mismo patrón de comportamiento a partir de su propio aprendizaje.

Como evidencia de estudios que sustentan la teoría del moldeamiento propuesta por Bandura frente a la influencia de la televisión en niños se expone modelos muy prototípicos donde hay una tendencia a la violencia, a la representación de mujeres que sufren, que son débiles, hombres dominadores, que tienen el poder, entre otros, los cuales terminan siendo representados en su diario vivir por los niños y niñas sin contar con la orientación de un adulto que les permita comprender lo que la televisión les está ofreciendo, todo ello está obedeciendo a la reproducción de modelos a seguir por ellos.

“Los individuos tienen más probabilidad de imitar o ser desinhibidos por la conducta agresiva de un modelo atractivo, respetado y de reconocido prestigio que por el comportamiento de un modelo que no cuenta con tales cualidades que resultan tan atractivos para el espectador. De hecho cuanto mayor sea la identificación con el modelo, más probabilidades existen de que se imite a éste” (Galera, G. 2000. Pág. 38)

Aguaded, J, (1999) escribe un texto titulado. *Convivir con la televisión: familia, educación y recepción televisiva*, en el cual se propone un estudio de las esferas que deben ser abordadas por la televisión; En estas líneas se tiene en cuenta aspectos fundamentales como los entornos mediacionales, que permiten que el sujeto se desarrolle positivamente frente a los medios, así mismo el papel fundamental de la familia. Respecto a ello se escribe que el consumo televisivo que se produce en el hogar debe tener un importante acompañamiento de los padres, ya que estos pueden explicar a los niños el sentido de los mensajes televisivos.

En este sentido el papel de la familia como agente primario de socialización, debe ser el de acompañar a los integrantes de la familia, especialmente a los niños y niñas que diariamente y en su proceso de aprendizaje se enfrentan a situaciones totalmente nuevas, como es el caso del consumo televisivo, por ende es

necesario que los padres y madres supervisen la calidad de los programas que ven sus hijos en la televisión y expliquen a sus hijos el contenido de los mismos, promoviendo programas educativos y evitando otros con contenidos violentos o que desvirtúen en valor que tienen tanto hombres como mujeres o que por lo menos expliquen cual es la función de los diferentes programas, incluyendo a los que tienen contenido violento, enseñándoles a elegir lo que ven y lo que no “La construcción individual y colectiva, personal y social, tiene como escenario inmediato la familia, donde se dan las bases de la identidad dentro de un contexto sociocultural, según los requerimientos sociales. La identidad se construye socialmente; la familia, especialmente en edades tempranas del desarrollo, es el primer escenario donde la persona va incorporando unos modelos propios, donde se transmite la herencia sociocultural, por lo cual se constituye en una organización de pertenencia y de referencia para la persona” (Osorio Ramírez, 1994. Tomado de Cala, P, Luz, 2001.)

García, G.(2000) realiza una recopilación en su libro *Televisión, Violencia y e Infancia, el impacto de los medios*, de diferentes estudios realizados con base en la influencia que la televisión ha tenido en las interacciones sociales de los niños y en otras etapas como la adultez que se dan como la resultante de la programación televisiva que en etapas ulteriores se construye, esto como una muestra de la fuerte influencia que representan los medios en la construcción de valores, percepción del mundo, y de la identidad. Si bien el tema de la influencia de la televisión frente a la formación de la identidad de género se queda aún a medio camino, es menester tener en cuenta una de las investigaciones que frente a la temática de los medios de comunicación en Colombia se ha convertido en referente para otras investigaciones, preferiblemente porque trabaja desde y para la población infantil.

Dentro de los procesos investigativos que en Colombia se han llevado a cabo frente al tema de los medios de comunicación y la influencia de éstos, se tiene como referente la investigación denominada “*Los niños como audiencia*” es una investigación que estudia la recepción de los medios en Colombia realizada y que buscaba establecer qué imaginarios de familia, barrio, ciudad, país y mundo tenían los niños entre 8 y 10 años de edad, y de qué manera y en qué medida los medios de comunicación intervienen en la

construcción de dichas imágenes; qué hábitos de consumo de la televisión, la radio, prensa y revistas, el cine y el video tenían más preferencia por ellos. Además había un fuerte interés por reconocer hasta que punto los padres de los menores estaban haciendo un acompañamiento de los programas televisivos. Intentando hacer un llamado de atención a los creadores de los diferentes programas de televisión para niños y niñas, con el fin de que éstos tengan en cuenta las verdaderas necesidades de cada uno.

“Asumiremos entonces la radio, la prensa, la televisión, el cine y las más recientes tecnologías informativas y de comunicación, como agencias mediadoras entre los sujetos receptores y las otras instancias sociales que construyen y ponen en circulación significados colectivos” (López, Barbero, Rueda y Valencia. Pág. 25. 2000).

De ésta manera se logra concluir que la televisión es y seguirá siendo una fuente potencial de reproducción de diferentes modelos a seguir por los niños y niñas, los cuales tendrán un impacto posible en lo que ellos piensan, hacen y en como asumen su identidad de género o cualquier tipo de identidad, así mismo se concluye que la televisión por si sola no hace todo el papel negativo, sino que esto obedece a la poca orientación de las familias frente a lo que los niños y niñas ven, dando cuenta del poco tiempo que les dedican.

Los programas televisivos crean muchas historietas y las hacen pensando en capturar a su público sin importar su edad, sexo, condición religiosa, política, económica, pero es cuestión de los televidentes elegir que ven y que no, en el caso de los menores de edad es difícil imponerles una restricción, más aun cuando no hay un adulto que lo lleve a cabo, pero es importante que alguien regule los diferentes programas vistos por los niños diariamente ya que ellos están tomando muchos de esos elementos allí vistos en su vida cotidiana, sin muchas veces entender su significado, la televisión es ese agente que le permite y promueve una identificación con los personajes, el querer llegar a ser como alguno de ellos; al mismo tiempo que en la televisión se siguen haciendo distinciones entre el desempeño de los roles para mujeres hombres, aunque el rol de la mujer que se mostraba anteriormente en la televisión ya se ha desvirtuado mucho, aún hoy en día se siguen ofreciendo

estereotipos para ambos sexos, porque eso solo obedece aún aspecto sexual sin tener en cuenta realmente quien quiere ser hombre y quien mujer y ello va más allá del aspecto físico y genital, aunque ello sería tema de debate en otro artículo si es importante tenerlo en cuenta y es que es eso lo que diariamente se ve en la televisión, por lo que la niña quiere ser la gran ama de casa, con una familia y un esposo trabajador, pero también puede optar por querer ser la gran ejecutiva que deja sus hijos y se va a trabajar, distinto al papel de los hombres en la televisión, los cuales son vistos como los mujeriegos, inteligentes y con más posición en la sociedad, muchos de los niños y niñas que a diario están frente a la televisión pueden o no tener una identificación de género con alguno de los personajes, pero sin duda la experiencia que le generan los programas que están viendo tienen mucho que ver con lo que cada uno asume para su vida y reproduce en su cotidianidad, ser como el hombre de la película y ser como la mujer de la novela se hacen evidentes en la identificación de género que cada uno promueve individualmente

Referencias:

1. ADAMES, Gloria, B. y CUACES, P, Lilia. *Influencia positiva y negativa de la televisión en la formación de la personalidad de los niños del nivel B. del jardín infantil nacional de la ciudad de Pasto.* 1999.
2. AGUADED, José I. *Convivir con la televisión: Familia, Educación y Recepción televisiva.* Paidós Ibérica. 1999.
3. BENGOCHEA, Mercedes, Díaz, M^a José, Falcón, Laia, López, Pilar, Perez, Ángeles, *Infancia, Televisión y Género: Argumentos para la elaboración de una guía de contenidos no sexistas para la programación infantil de televisión* Extraído el 3 de Noviembre de 2007 desde <http://www.mtas.es/mujer/medios/docs/guia%20contenidos.pdf>. 2005
4. BERK, Laura E. *Desarrollo del niño y el adolescente.* Prentice Hall. 1999
5. BETANCUR C. Dulfay, HERNANDEZ, O. Esperanza, MARULANDA, M, GALDIS y MEJIA, M, Osbelcy. *La identidad del adolescente con el colegio Básico Club de Leones.* 1998.
6. BOCANEGRA DE BELTRAN, M. *Psicología evolutiva.* Copyright.1986
7. BOGA, F, Mercedes Managua, *Mujeres, Hombres Y las Desigualdades Sociales De Géneros.* Extraído el 6 de Noviembre de 2007 desde <http://www.fundaciondesafios.org/genero/material.pdf>. 2005
8. CABRAL, Blanca y GARCIA, C, *Masculino/Femenino... ¿Y yo? Identidad o Identidades de Género.* Extraído el 6 de Noviembre de 2007 desde <http://www.saber.ula.ve/db/ssaber/Edocs/grupos/gigesex/publicaciones/articulos/masculino-femenino.pdf>. 1993.
9. CALA, PAEZ, Martha, L, *Creencias familiares sobre atribuciones y derechos de género.* 2001
10. CASTRILLON, C, Ramos, A. *Estudio de pautas de crianza desde una perspectiva de género en un grupo de niños y niñas de cuatro a ocho años de edad en condición de desplazamiento del sector el Plumón.* Memorias para optar al Título de licenciados en educación infantil. Facultad de ciencias de la educación, departamento de psicopedagogía. Universidad Tecnológica de Pereira. 2004
11. GARCIA, G, María del Carmen. *Televisión, Violencia e Infancia. El impacto de los medios.* Editorial Gedisa. 2000.
12. -HARDY, Ellen & JIMENEZ Ana Luisa. *Masculinidad y Género.* Revista cubana de salud pública. 2001 http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S086434662001000200001&script=sci_arttext
13. LAGARDE, Marcela. *Género e Identidades.* 1994

14. PAPALIA, E, Diane E. Sally Wendkos Olds, Ruth Duskin Feldman. *Desarrollo humano, novena edición*. Editorial, McGraw-HILL Interamericana. 2005
15. LOPEZ de la Roche, Maritza. *Los niños como audiencia: Investigación sobre recepción de medios*. Bogotá: Da Vinci Editores y Cía. S. en C. 2000.
16. VELÁSQUEZ, Quintero, Ángela. *Diccionario especializado en familia y género*.
17. WATSON I. Robert y LINDGREN, C, Henry. *Psicología del niño y el adolescente*. Limosa.1991