

INFLUENCIA DE LA TELEVISION EN LA SALUD MENTAL

Dr. Homero Estrella*
Dr. Fernando Durán**

INTRODUCCION

Salud mental es un estado en el cual el hombre establece una relación adecuada entre las potencialidades del ser humano y el ambiente social. La salud mental implica para el individuo un sentido de identidad concreto, ligas afectivas genuinas con el colectivo, compromiso real con valores sociales y el estar habilitado con las suficientes destrezas para actuar de una manera congruente en beneficio de sus necesidades.

Por lo anterior resulta evidente que la salud física sea el componente fundamental de un equilibrio que repercute en beneficio de la familia y la sociedad.

Entendemos por otra parte que la estructura psíquica se modela en la jornada de consumo o de reproducción de la fuerza de trabajo que completan las 24 horas. En la jornada productiva el tipo

de trabajo, su intensidad, su ritmo, el tiempo y la finalidad misma, puede potenciar un desarrollo psíquico armónico o impactar negativamente en el mismo. En este último caso ocurre una forma de alienación aparecida como un proceso histórico desde los albores de la humanidad "que se ha efectivizado a medida que el hombre ha ido actuando sobre la naturaleza, los poderes de ella nacidos van tornándose más ingentes y va situándose la distancia entre lo puramente individual y lo puramente genérico"; es decir, hablando en términos económicos la relación humana se torna puramente de mercado y se pierde la relación entre el trabajador, su trabajo y la producción.

Pero lo que nos ocupa ahora fundamentalmente es un período de consumo que se refiere al consumo simple y al consumo ampliado o en otros términos, al consumo casi específico para la reproducción orgánica de la fuerza de trabajo como alimentación, vivienda, vestido, asistencia médica, re-

posos, etc. y el consumo de bienes culturales "que regulan" la formación de la conciencia individual y social y su parte correspondiente de la personalidad, como es la recreación estructurada, educación formal, comunicación social adecuada y formas de organización que alimentan a la solidaridad humana.

En este momento ubicamos entonces al tema que nos ocupa, en su lugar correspondiente.

La televisión es una técnica electrónica audiovisual, heterogénea, de comunicación de masas que permite una propagación cuantitativamente amplia, de mensajes idénticos a numerosos y heterogéneos grupos de la sociedad. En este sistema de comunicación intervienen tres elementos:

- a) El comunicador
- b) El mensaje
- c) El auditorio

El comunicador se caracteriza por pertenecer a una clase social determinada con una conducta socialmente aprobada por las clases propietarias de los medios de comunicación.

El mensaje puede ser informativo, cultural, de entrenamiento o alienante. Las características del auditorio son magnitud, heterogeneidad y anonimato.

Inicialmente se conceptuó a la televisión como un medio eficaz de educación especialmente en el campo de las ciencias y de las artes y se llegó a afirmar que superaba al cine en cuanto el espectador no se identificaba con los personajes, se eliminaba la fotomanía que creaba el cine y especialmente la pasividad que no es tan marcada como en él, pero su ampliación ha dado resultados negativos y alarmantes en latinoamérica.

Al referirnos a un estudio realizado anteriormente en nuestro país, analizaremos ciertas generalidades:

En el Ecuador se ha desarrollado exclusivamente la televisión comercial caracterizada obviamente por un simple emisor de programación organizada por la gerencia de producción, por las cuentas corrientes de los clientes o auspiciadoras de los programas que en muy alto porcentaje son producidos en norteamérica bajo las pautas de una sociedad en problemas pero de contenidos y dimensiones opuestos a los nuestros.

Este simple negocio de la televisión provoca diversos efectos negativos en el telespectador detectados ya en la bibliografía nacional:

Este simple negocio de la televisión provoca diversos efectos negativos en el telespectador detectados ya en la bibliografía nacional:

1. Antidualógico, porque el emisor es activo, piensa, niega, afirma, dando diariamente una ración diaria de palabras y gestos que no promueven no motivan el menor diálogo; en cambio el telespectador es totalmente pasivo cree haber pensado, afirmado o negado algo, por lo que vive una realidad ilusoria y hasta fantástica, especialmente los niños y las personas adultas con tendencias obsesivas de personalidad.
2. Efecto neutralizante; porque no importa la verdad o falsedad de cualquier signo o situación, los mismos que son escamoteados por este medio comercial, con el objeto de dejar fuera de los problemas al espectador y entregarle una pseudo sensación de paz consigo mismo.
3. Efecto mediatizador.— Porque intenta y en altísimo porcentaje obtiene una enajenación de la conciencia con un efecto despersonalizador en el cual los miembros de una sociedad se ven constantemente fusilados por mensajes sublimes, que influyen en su conducta y determina una serie de frases y actos estereotipados ajenos a la idiosincracia y formas culturales a las que pertenece.
4. Efecto homogenizante del espectador; a toda costa la política comercial propagandiza a través de la televisión las señales producidas de preferencia fuera del país. Cuando en ocasiones se profundiza la lucha de clases en nuestro país aparecen altisonantes, ridículos y disparatados argumentos antihistóricos que pretenden consiliaciones imposibles entre explotadores y explotados.

La Unión Nacional de Educadores en una investigación realizada concluye que los alumnos de los

diferentes planteles educacionales dedican de dos a cuatro horas diarias a sintonizar programas de telenovelas, detectives, policiales, y deportivos y dedicando como máximo una hora para el cumplimiento de las tareas escolares. En lo que se refiere especialmente a los alumnos de primaria todos saben de 10 slogans de propaganda de televisada y en cambio sólo 1 ó 2 poesías enseñadas a lo largo del año lectivo, lo que refleja que las cualidades interpretativas y de sensibilidad estéticas, van siempre limitadas por la acción impuesta por el capital.

Los maestros ecuatorianos concluyen que los programas de televisión en nuestro medio se oponen u obstruyen la labor de instrucción e información realizada en el Ecuador; afirman que esta televisión se ha constituido en el "opio de nuestra juventud" que está llevando a las nuevas generaciones a la inactividad, a la no formación de hábitos de trabajo.

En nuestro trabajo queremos demostrar porcentualmente las formas de manipulación y aculturación de que es objeto nuestra población partiendo de los puntos teóricos de coincidencia de las diferentes teorías del aprendizaje a saber:

El cognoscitivismo, las teorías conductivas, la Psicología Evolutiva de Jean Piaget, el modelo ecléctico de Procesamiento de la Información de Roberto Cagné o la teoría del Aprendizaje Social, para las que el hombre es un ente activo y dinámico que vive en una constante relación con el ambiente.

El hombre no es solamente herencia sino que adquiere ciertas estructuras que le permite actuar e interactuar sobre su ambiente en el proceso de búsqueda de satisfacción de sus necesidades, es decir en cumplimiento de su deber humano sobre la tierra.

En el aprendizaje los medios de presión no pueden ser excesivos porque la motivación desaparece junto al interés con la pérdida del objeto o idea concretos, es decir cuando desaparece su fundamento de buscar el equilibrio y la independencia del ambiente real para conseguir nuevas y adecuadas normas de conducta con la asociación de estructuras pre existentes.

De manera que el hecho de estar ante un aparato electrónico de influencia audio visual que provoca alguna satisfacción instintiva nos obliga a estar alertas frente a la salud mental de nuestro pueblo.

ANALISIS ESTADISTICO

Para el estudio estadístico de las programaciones de televisión se tomaron en cuenta 4 canales con sintonía de gran magnitud en la sierra y en la costa ecuatoriana, son los canales 2-4 y 8 de Quito y 10 de Guayaquil.

Se determinó un total de programaciones por semana habitual sin considerar transmisiones especiales o extraordinarias que se emiten con cierta frecuencia. Los resultados fueron los siguientes:

Canal 2: Horas de programación a la semana: 90h.

Canal 4: Horas de programación a la semana: 87h.

Canal 8: Horas de programación a la semana: 91h.

Canal 10: Horas de programación a la semana: 122h.

Total. 390 horas de programación

Para facilitar el análisis de los diferentes programas, adoptaremos la siguiente clasificación:

Programas culturales: Entre los que consideramos aquellos programas integrados por normas de conducta, mediante los cuales se trata de orientar ciertas normas de comportamiento adecuadas a nuestra sociedad con sus respectivos valores morales, culturales y sociales. Además se toman en cuenta las emisiones que emiten aportes al conocimiento humano de difícil acceso para la mayoría de la población.

Programas alienantes: Programas que van a causar cierta turbación de los sentidos determinada por una pasión, admiración o sentimiento hacia falsas situaciones (o irreales), o ídolos fabricados en el contexto del coloniaje cultural; como detallamos en las conclusiones que analizan argumentos muestra, tomados al azar.

Programas de Entretenimiento: Que son aquellos que presentan situaciones familiares o profes-

sionales, shows artísticos o cualquiera de las formas de teatro, digeribles y metabolizables para un buen porcentaje de población y carente de contenidos malintencionados.

Programas Deportivos: Aquellos determinados por la práctica del deporte en todas sus manifestaciones que buscan el perfeccionamiento físico.

Programas infantiles: Que consideramos divididos en dos grupos: Aquellos que se ocupan de la educación en el sentido del desarrollo psicomotor de los niños y aquellos definitivamente alienantes.

1. PROGRAMAS CULTURALES:

Se toma en cuenta los cuatro canales enunciados y en una semana al azar. En este tipo de programas está incluido aquellos que es para todo el público, otros que son únicamente para adultos, o para jóvenes. Entre los programas para todo el público, tenemos: los noticieros, que se transmiten en horas de aceptable sintonía y que un buen porcentaje de la población televidente lo observa. Así mismo está incluido dentro de este tipo de programas ciertos shows musicales, actividades de teatro o determinado tipo de películas, que por su contenido puede considerarse como programa cultural, como la Edición especial, enciclopedia británica, Meridiano de Madrid, hombres de la historia, etc.

Considerado como programas únicamente para adultos, tenemos Noche a Noche, programa mexicano en el que se presentan compositores, cantantes y diversos personajes que realizan actos que son considerados como increíbles, determinados show y películas como la Constitución, tema histórico, que nos plantea la situación histórica del tiempo de Carranza y la Revolución de Villa y Zapata.

Así entre los programas culturales para juventud existen muy pocos y se los transmite muy esporádicamente, como son los concursos de temas de cultura general, en el que se trata de agrupar todos los programas con estas características, aproximadamente tenemos un total de 52 horas semanales, donde los noticieros ocupan 38 horas de este total y el resto corresponde a los variados programas culturales.

Las 52 horas significa el 13,33 o/o.

2. PROGRAMAS ALIENANTES:

En especial se encuentran incluidas las telenovelas y los programas de violencia y sexo.

Las telenovelas, se han contabilizado alrededor de 20 y cuya hora de transmisión corresponde a las horas de mayor sintonía familiar, esto es a partir de la 1 p.m. hasta las 4 p.m. y de 6 p.m. hasta las 9 p.m.

Todos estos teledramas generalmente están dirigidos hacia la clase media y baja educación, contenidos de amor, odio, intrigas, violencia, conflictos, placeres, vicios, trastornos sexuales, desestructuración familiar, etc. Este tipo de programas, por sí solo ocupan un total de 76.5 horas, que corresponden de las 390 horas totales, el 16,6 o/o.

Los programas de sexo y violencia y otras que por su contenido son directamente alienantes para la persona, tienen un total de programación de 60 horas, especialmente tenemos: Cine de guerra, Super agente secreto, Rojo y Negro, Alta temperatura, Las Vegas, etc.

En definitiva los programas alienantes nos arrojan un total de 136.5 horas que corresponden al 34,9 o/o.

3. PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO:

Se han tomado en cuenta aquellas programaciones que causan satisfacción y distracción sana. Entre estas están incluidas películas de situaciones médicas, familiares, profesionales, etc. Show como el de Ernesto Albán, de Rosita y muchas otras programaciones que no tienen un horario determinado:

Estos programas de entretenimiento apenas ocupan 118 horas que corresponden al 30,2 o/o

4. PROGRAMAS DEPORTIVOS:

Que en su altísimo porcentaje únicamente se transmite los fines de semana, como programaciones del fútbol, CBS deportes, patinaje sobre el hielo, carreras automovilísticas, etc. Estos programas deportivos tienen una programación total a la semana de 16.5 horas, correspondiendo al 4,2 o/o.

5. PROGRAMAS INFANTILES:

Para realizar un mejor estudio de las programaciones infantiles, los vamos a clasificar en programas vivos, que tienen cierta finalidad de entretenimiento y distracción y, segundo los programas alienantes para el niño.

Entre los programas en vivo, podemos tomar en cuenta a Telejardín, alegría de melodía, Tico-Tico. Cabe anotar que en este tipo de programas a más de la finalidad que hemos anotado, desgraciadamente se llevan a cabo concursos cuyos premios en un alto porcentaje son inalcanzables, creando en el niño un sentimiento de frustración. El total de programación es de 20 horas o sea un 5.12 o/o.

Los programas alienantes para los niños, están constituidos esencialmente por los dibujos animados, cuyos contenidos carentes de realidad abstraen al infante hacia un mundo de fantasía y en las que fácilmente es abordado normas culturales y de influencia foránea. Este tipo de programación tiene alrededor de 30 horas, correspondiendo al 7.6 o/o.

En resumen la televisión dedica al "entretenimiento" del niño en apenas 50 horas semanales, correspondiendo al 12.72 o/o y en su mayor porcentaje a programas alienantes.

Realizando un resumen general, tenemos que sumados todos los programas nos da un total de 95.35 o/o, lo que teóricamente significa que apenas el 4.65 o/o, corresponden a las propagandas, pero que en la realidad este porcentaje asciende hasta un 10 o/o. Desgraciadamente por la complejidad de la toma estadística de las propagandas no se pudo determinar con precisión el porcentaje de los anuncios de cigarrillos y licores que se pasa por estos canales, pero que deduciendo por la frecuencia de las propagandas de éstos, consideramos que puede corresponder alrededor del 10-15 o/o del total de propagandas.

ESTUDIO DE INFLUENCIA DE LA TELEVISION EN LOS NIÑOS ESCOLARES

Para este estudio estadístico, sobre los progra-

mas de mayor sintonía por parte de la población infantil, se han tomado en consideración varias escuelas de la ciudad de Quito, y subclasificándolos de acuerdo a su posición socio-económica y estructura social familiar o más concretamente se ha clasificado la encuesta para escuelas fiscales y escuelas pensionadas.

Para este estudio analítico se tomó en cuenta la clasificación ya realizada para los programas de televisión, es decir programas culturales, alienantes, de entretenimiento, deportivos e infantiles.

Los resultados son los siguientes:

ESCUELAS PENSIONADAS (3-4-5 y 6 grado):

Programas CULTURALES: apenas se obtuvo un 9 o/o

Programas ALIENANTES: se determinaron el 29 o/o

Programas ENTRETENIMIENTO: se observa el 16 o/o

Programas DEPORTIVOS: únicamente lo observan en un 4 o/o.

Programas INFANTILES: Programas en vivo: 19 o/o

Dibujos animados: 23 o/o

ESCUELAS FISCALES (3-4-5-6 grados)

Programas CULTURALES: se determinó en 4 o/o

Programas ALIENANTES: se observó en 37 o/o

Programas ENTRETENIMIENTO: se encontró un 8 o/o.

Programas DEPORTIVOS: apenas un 7 o/o

Programas INFANTILES: Programa en vivo: 11 o/o

Dibujos animados: 33 o/o

CONCLUSIONES

La programación semanal en Quito es de 390 horas, desglosadas de la siguiente manera:

Programas culturales: 52 horas . . . 13.3 o/o

Programas alienantes: 136,5 horas . . . 34,9 o/o

Programas de entretenimiento: 118 horas . . . 30,2 o/o

Programas infantiles: 80 horas

Programas deportivos: 16,5 horas 4,2 o/o

De orientación: 30 horas 7,6 o/o

Alienantes: 50 horas 12,7 o/o

El horario en el que se emiten los programas alie-

nantes es el que coincide con el tiempo libre de la mayor parte de nuestra población.

La televisión ecuatoriana está provocando aculturación y alienación de los telespectadores.

Dentro de los programas alienantes son las telenovelas las más observadas especialmente por la clase media y baja siendo esta última la más impactada por su bajo nivel cultural.

Los niños de escuelas fiscales o económicamente bajas, observan con más frecuencia los llamados comics o dibujos animados, cuyos argumentos revestidos de cierta inocencia son evidentemente parte del coloniaje cultural. Todos los mensajes que emiten son ahistóricos con sociedades estáticas en los que un héroe aparecido por generación espontánea o de otras galaxias mantiene el "equilibrio" y el estatismo de ese grupo social.

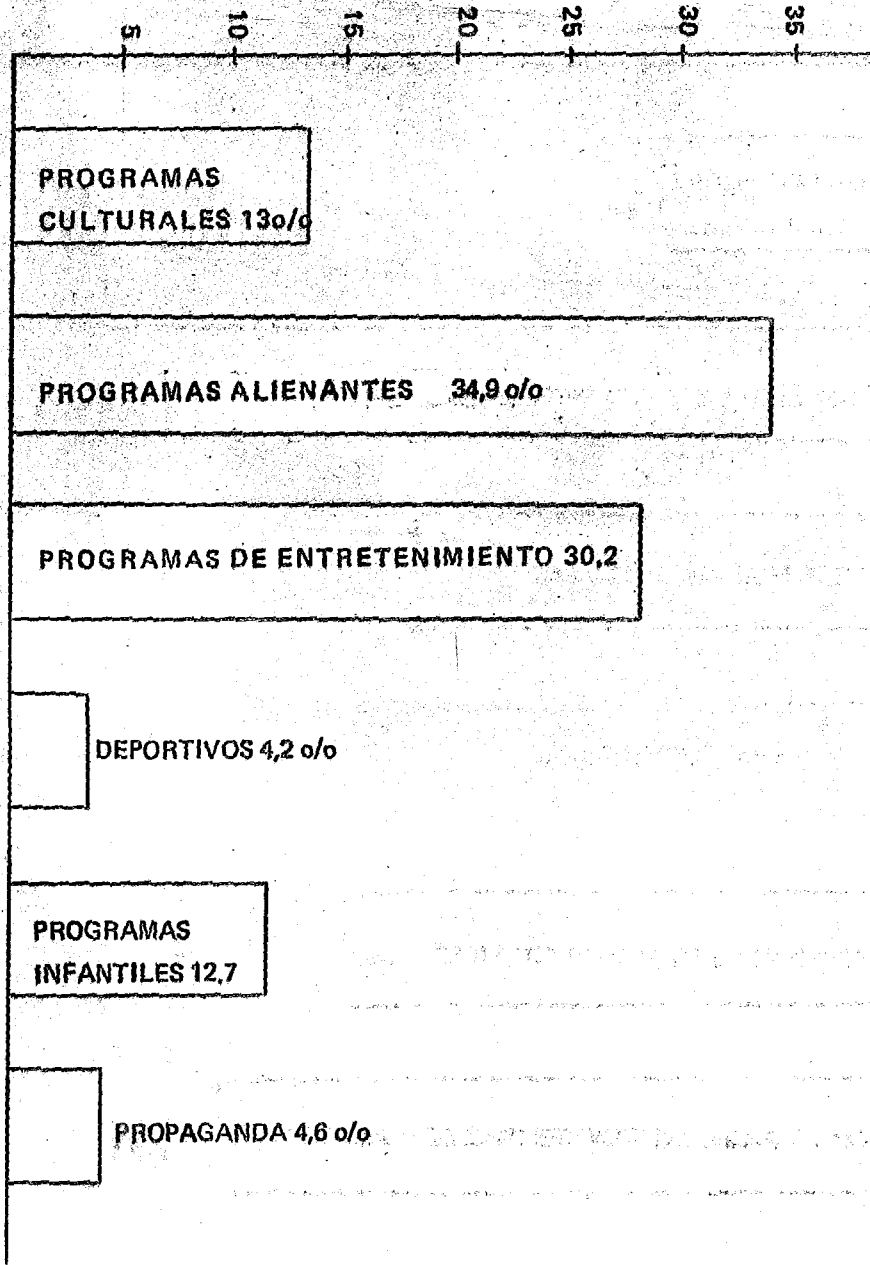
brio" y el estatismo de ese grupo social.

El héroe, por otra parte, es siempre blanco en un país mestizo con lo que intenta consolidar la actitud sumisa ante nuestros colonizadores.

La propaganda comercial, por su intensidad y contenidos evidencia el carácter mercantil de nuestra televisión. El tipo de anuncios condiciona las formas de alienación social por crear necesidades ilógicas para las clases sociales a la que corresponde la mayor sintonía.

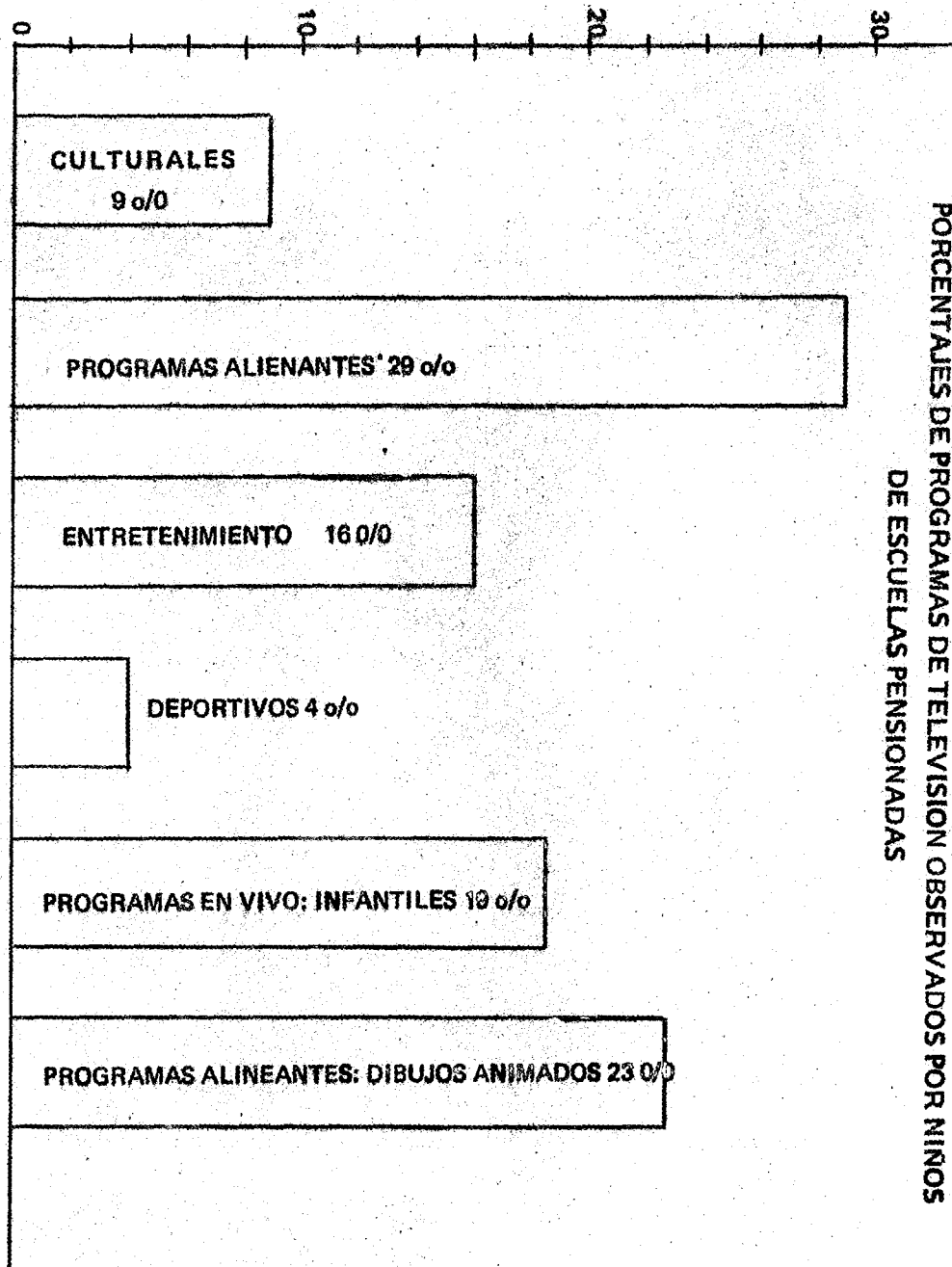
Las telenovelas estudiadas emiten mensajes y conceptos irreales, en los que la felicidad es vivir en la opulencia, tomar whisky, fumar constantemente. En ellas el adulterio es una constante y el trabajo es una actividad denigrante que debe ser ocultada a la "sociedad"

CUADRO No. 1
PORCENTAJES DE PROGRAMACIONES EN LA TELEVISION



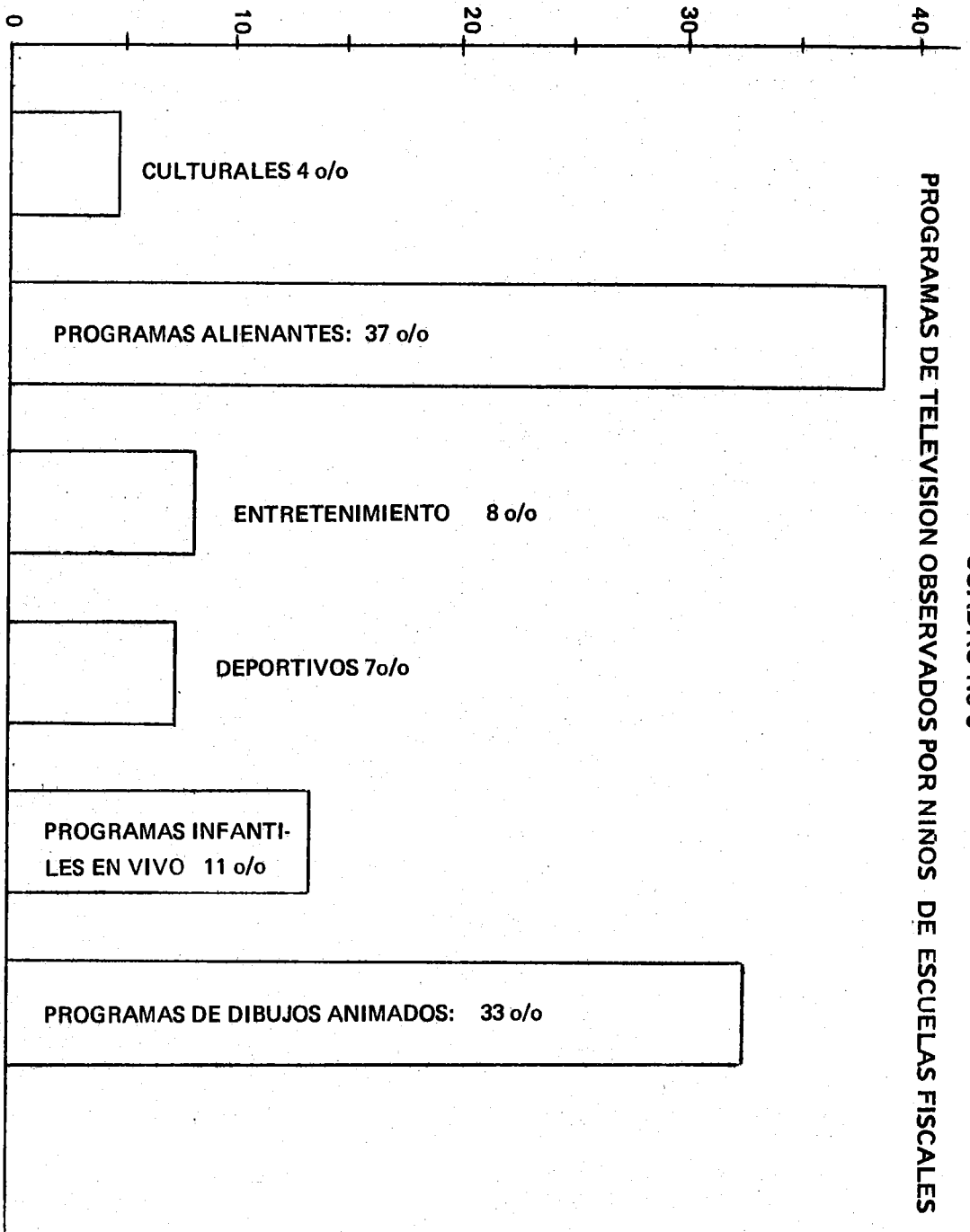
CUADRO No 2

PORCENTAJES DE PROGRAMAS DE TELEVISION OBSERVADOS POR NIÑOS DE ESCUELAS PENSIONADAS



CUADRO No 3

PROGRAMAS DE TELEVISION OBSERVADOS POR NIÑOS DE ESCUELAS FISCALES



BIBLIOGRAFIA

1. BAGET, J.: *Salvat Junior. Ed. Arrieta. Quito-Ecuador. 1972. P. 199-200.*
2. BALLADARES, M.: *Teorías del Aprendizaje (en tesis doctoral eficacia del programa: "Ayudemos a nuestros niños en sus problemas escolares). Quito-Ecuador. 1981. Volúmen I. Pág. 52-59)*
3. BOCER, R. SEABORNE, A. *Psicología del Aprendizaje. Ed. Fontanella S.A. Barcelona-España. 2da. Edc. 1978. Pág. 87-89.*
4. BORDEN, J.: *Introducción al tema de Comunicación Humana. Ed. Nacional, Madrid-España. 1 Edc. 1974 P. 250.*
5. BROWN, Roger: *Psicología Social. Ed. Siglo XXI, Madrid. 1 Edc. 1974. P. 261.*
6. CARMICHAEL, L.: *Manual de Psiquiatría Infantil. Ed. El Ateneo, Barcelona-España. 1 Edc. 1969. Tomo I. P. 380-381.*
7. CAMPAÑA, A. PACURUCU, S.: *Líneamientos para el Plan Nacional de Salud Mental (Revista del M.S.P.) Quito-Ecuador, 1980. Pág. 9-15.*
8. CAMPOS MARTINEZ, L.: *El hombre, un ser en camino. Ed. Paullnas, Bogotá-Colombia. 2da. Edc. 1974. Pág. 148-160.*
9. CAMPOS MARTINEZ, L.: *Utopía somos nosotros. Ed. Imprenta del Colegio Técnico Don Bosco, Quito-Ecuador. 5ta. Edc. 1980. Págs. 179 -200, 201, 109, 210.*
10. CERDA, N. NORIEGA, F.: *Tesis de grado: Violencia Juvenil en Quito, Escuela de Sociología y Ciencias Políticas de la Universidad Central. Quito, 1980.*
11. CORDOVA CASTRO, A. y COL.: *Teoría y práctica de la Psiquiatría Social. Ed. Científico técnica, La Habana-Cuba, 1976. Págs. 127, 128, 129.*
12. CHERRY, C. SMITH, A.: *Comunicación y Cultura. Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, Argentina, 1976. P. 243.*
13. DELGADO, F.: *Influencia de los Medios de Comunicación en la Juventud y Niñez del Ecuador. Revista 1 x 1 Cine y Medios de Comunicación en el Ecuador No. 12, Biblioteca CIESPAL, Quito-Ecuador 1979. P. 65.*
14. DOMAZEDIER, L.: *La TV en la Sociedad. Ed. CIESPAL. 1. Edc. 1967. P. 204.*
15. EMERY, E.: *Las Comunicaciones en el Mundo Actual. Ed. Norma, Colombia. 2da. Edc. 1967. P. 611.*
16. FAGEN, Richard: *Política y Comunicación. Ed. Paidós, Buenos Aires, Argentina. 1970.*
17. FERNANDEZ, A.: *Fundamentos de Psiquiatría Actual. Ed. Paz. Montalvo - Madrid. 1976.*
18. FRANCO, J.: *La TV. en los niños y adultos. Revista del Hospital "Alejandro Mann" 1969. Vol. III No. 1-3.*
19. FREEDMAN, A. KAPLAN, H. SADOK, B.: *Compendio de Psiquiatría. Salvat Edt. Barcelona-España, 1ra. Edc. 1975, Págs.: 137, 159, 825, 826.*
20. GEABORNE, E.A.: *Psicología del Aprendizaje. Ed. Fontanella S.A. Barcelona. 1978.*
21. GONZALES P.: *Los medios de Comunicación de Masas en México. Ed. Unam. México. 1 Edc. 1969. P. 173.*
22. GREGORI, I.: *Psiquiatría Clínica. Ed. Interamericana. México. 1968. Págs. 180-182.*
23. HENRY, E. BERNARD. P. BRISSET, CH.: *Tratado de Psiquiatría. Salvat Edt. Toray Mason. Barcelona-España. 7ma. Edc. 1975. Págs.52-58.*

24. HILGARD, E. BOWER, G.: *Teorías del Aprendizaje*. Ed. Trillas S.A. México. 1 Edc. 1978. Págs. 624-625.
25. LA SALUD MENTAL: *Crónica de la OMS*. 1980. Vol. 34 (No. 12) 507.
26. La T.V. Y ELHOMBRE CONTEMPORANEO: *La TV*. Vol. 14, 1973. 77-92.
27. MARX K.: *Manuscrito de Economía y Filosofía*. Ed. Alianza. Madrid-España; 5ta. Edc. 1974. I Tomo. Págs: 103-119.
28. MARK K.: *El Capital: Crítica de Economía Política*. Fondo de Cultura Económica. México. 8va. reimp. 1973. Vol I Págs. 130 149. Vol III - Págs. 245-248.
29. MATTELART, A., BIEMA P., FUNES, S.: *Comunicación Masiva y Revolución Socialista*. Ed. Diógenes S.A. México. 1 Edc. marzo 1979. Págs. 21-64.
30. MATTELART, A.: *La Comunicación Masiva y el Proceso de Liberación*. Ed. Siglo XXI. Argentina. I. Edc. Págs. 73-74.
31. MENENDEZ PIDAL R.: *Gran Enciclopedia del Mundo*. Ed. Durvan S.A. Bilbao. 1972. Págs.: 5 - 535; 5-536; 5-544.
32. MILLER, George: *Psicología de la Comunicación*. Ed. Paldos, Buenos Aires. 1969. Págs. 44-51; 79-83.
33. MOLES, A.: *Los Medios de Comunicación de Masas y sus Problemas*. Revista 1 x 1. Cine y medios de comunicación en el Ecuador No. 10. Biblioteca CIESPAL. Quito-Ecuador. 1977. Pág. 3.
34. PACKARD, V.: *Las formas ocultas de la Propaganda*. Ed. Sudamericana, Buenos Aires. 1 Edc. 1964. Pág.: 130-131.
35. PORTUONDO, J.: *Sicología de Rorschach*. Ed. Biblioteca Nueva de Madrid. 2da. Edc. 1981. Págs. 25.
36. ROJERS, E.: *La comunicación de Innovaciones, un enfoque transcultural*. Edt. Centro Regional de Ayuda Técnica. México. 2da. Edc. 1974. Págs.: 385.
37. RUESCH, JURGEN, BATESON. G.: *Comunicación, la Matriz Social de la Psiquiatría*. Ed. Paldos, Buenos Aires (Traducción del original Inglés por Raquel Fenares) 1 Edc. 1965. P. 19.
38. SALUD MENTAL: *Boletín de la Oficina Sanitaria Panamericana*. Vol. LXXXV. 1978. (No. 2): 95-105.
39. SEVA DIAZ, A.: *Psiquiatría Clínica*. Edt. Espax. Barcelona. 1979. Págs.: 15-26; 324-331.
40. SMITH, A.: *Comunicación y Cultura*. Edt. Nueva Visión, Buenos Aires; Argentina. 1977. P. 339.
41. VALLEJO, J.: *Introducción a la Psiquiatría*. Ed. Científica-médica. Barcelona-España. 10ma. Edc. 1979. Pág.: 1-5.
42. WARREN, H.: *Diccionario de Psicología*. Ed. Fondo de Cultura económico, Buenos Aires, Argentina. 6ta. Edc. 1966. P. 241.
43. WRIGTH, J.: *La Obra de Jean Piaget. Desarrollo Humano*. Falkner, editor. Barcelona 1977.

* Profesor Agregado de Psiquiatría. - Universidad Central del Ecuador.

** Médico estudiante de post-grado de Psiquiatría Clínica.
