

Secretaría de Educación Pública

Subsecretaría de Educación Superior e Investigación Científica

Dirección General de Capacitación y Mejoramiento Profesional del Magisterio

181

Dirección de Licenciatura para Maestros en Servicio

Licenciatura en Educación Primaria

“LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA Y SU INFLUENCIA EN LA
FORMACION DE LA PERSONALIDAD DEL NIÑO”

TESIS PROFESIONAL

que para obtener el título de:

LICENCIADO EN EDUCACION
PRIMARIA

Presenta:

Hortiría Escobar Ruiz

Tepic, Nayarit., 30 de Julio de 1978

DEDICATORIA

A la autora de mis días
que en paz descanse.

A los maestros que en las diversas
etapas de mi preparación encauzaron
mis estudios.

A todos mis compañeros ma
estros que cumplen o han
cumplido con profesión --
tan digna.

P R O L O G O

En la elaboración de mi tesis para obtener el Título de Licenciado en Educación Primaria, he tomado como tema a desarrollar: "Los Medios de Comunicación Masiva y su Influencia en la Formación de la Personalidad del Niño", tema que considero importante ya que los medios de comunicación son la base de la interacción de las relaciones de los seres humanos.

Gracias a la tendencia gregaria, el hombre ha vivido y actuado dentro de un determinado grupo y ha sido siempre el grupo un medio importante para la realización de los propósitos humanos. El hombre ha trabajado en el grupo y por servir al mismo desde que apareció sobre la tierra.

Una de las primeras y más imperiosas necesidades del hombre desde su aparición en la tierra, fué la de comunicarse con sus semejantes, con otra persona, hijos, etc. De esta necesidad surgen los lenguajes mímico o de acción, oral y escrito y así a medida de que fué ampliando sus relaciones y se estructuraban las sociedades humanas, fueron también ampliándose los procedimientos de la comunicación con mayor eficacia.

Todos los adelantos de la comunicación, han significado un avance en la evolución permanente del hombre. Y por medio de la comunicación intervenimos en forma activa en las organizaciones humanas: familia, escuela, iglesia, comunidad, etc.

De ahí que nuestra personalidad se haya integrado con los valores culturales, morales y económicos que el hombre en su constante evolución y devenir histórico ha venido for-

mando y que desde pequeños nos han sido transmitidos por la comunicación. Toda experiencia que hemos tenido al actuar en nuestro grupo ocupa de la comunicación.

Ahora bien, voy a tratar de analizar en el transcurso de la tesis, los conceptos de la comunicación masiva y la influencia que tiene en la formación de la personalidad del niño así como las diversas clases de medios que se utilizan para este fin y la historia de los mismos, con el deseo de lograr un buen trabajo y así llegar a la meta propuesta en el mejoramiento de mi profesión.

LA SUSTENTANTE.

CONTENIDO CIENTIFICO-PEDAGOGICO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Al decir con anterioridad que una de las más imperiosas y primeras necesidades que tuvo y ha tenido el hombre desde su aparición sobre la tierra, fue la de comunicarse con sus semejantes y dado que el hombre necesitaba expresar lo que sentía, lo que deseaba o pensaba, ya sea al buscar su alimento o por la supervivencia tuvo que ir buscando la manera o el lenguaje que sirviera para ese fin; naciendo así la expresión oral, la mímica o de acción y tras muchos intentos la escritura.

Fueron primero gruñidos, voces guturales, gritos, ademanes o señales convencionales que el hombre utilizaba para hacerse entender. Al principio como es natural, los procedimientos de comunicación fueron rudimentarios, toscos y la mayoría de las veces ineficaces e inútiles; sin embargo, eran un adelanto en la evolución del hombre.

Aquella bestia primitiva despertaba lenta, muy lentamente, pero al fin estaba despertando y demostrando su superioridad a las otras especies naturales. Sus pensamientos amorfos e imprecisos iban tomando ya consistencia y estas primitivas manifestaciones del espíritu humano fueron la base en que se asientan los progresos del orgulloso hombre actual.

Es curioso observar cómo en el transcurso de la historia de la evolución del hombre, los conocimientos adquiridos permanecían estáticos por largos períodos y luego, un nuevo descubrimiento venía a dar impulso al afán de progreso y superación. Sin embargo, pese a los adelantos que se hacían en los conocimientos y actividades humanas, el atraso era lamen

table en las comunicaciones habladas y escritas, que en cierto modo seguían siendo rudimentarias.

Por la necesidad de comunicarse a distancia el hombre, no importa en qué tiempo ni en qué latitud, ha recurrido a los procedimientos más extraordinarios para lograrlo. Uno de los más curiosos, es el utilizado por los piel roja de los Estados Unidos que consistía en producir señales de humo, tan populares en las revistas de aventura y las películas texanas. Son señales difíciles de producir y más aún de interpretar, con un lenguaje lacónico pero suficiente y bastante que lograba su función: comunicar las noticias entre las tribus.

Si de Norteamérica, observamos al Africa, el procedimiento es completamente diferente. A los silenciosos mensajes del piel roja, contrastan los procedimientos ruidosos en extremo de los africanos: los tambores que con sus percusiones convencionales, transmiten mensajes que viajan distancias increíbles en las selvas o junglas, mismos que son retransmitidos una y otra vez hasta que son difundidos en forma necesaria por quien los envía. Este procedimiento fue utilizado también en regiones inhóspitas de América por los nativos; tambores como los conocidos de piel tirante o bien a la manera de nuestro "teponaxtle" autóctono, maderos huecos que producen sonidos de acuerdo a sus dimensiones.

Se sabe con certeza que los asirios, egipcios y griegos usaban de correos a caballo para llevar órdenes a las tropas y noticias al gobierno de todo lo que ocurría en regiones apartadas. Se afirma que el primer gobernante que usó de este tipo de correo, fue Ciro el Grande y después se aumenta--

ron veloces carros y postas más o menos regulares. Los griegos llamaban "hemeródromos" a estos carros montados.

Los romanos perfeccionaron el sistema bajo el reinado de Augusto y Diocleciano. Carlomagno impulsó estos servicios en el año 807 y Luis XI en 1464 los hace oficiales en su país.

Aún cuando el uso de correos más o menos regulares fue conocido desde tiempos remotos, Hernán Cortés quedó sorprendido por los correos empleados por Moctezuma II, quien estaba perfectamente enterado de lo que ocurría aún en las fronteras más lejanas de su reino. Sus correos eran formidables corredores que cruzaban enormes distancias para llevar al emperador azteca, las noticias que enviaban gobernantes y representantes de cada provincia. A veces, llevaban mensajes y portaban bultos; pues es fama de que el emperador comía el pescado que le enviaban del Golfo, el mismo día en que era sacado de las aguas.

En el Siglo XII, cuando Francia establece el servicio de correos a disposición de los particulares y es en Inglaterra donde Palmer introduce los coches-correos. A medida que el progreso del transporte aumenta, nuevos medios de comunicación surgen y así mismo se empiezan a reglamentar los servicios y las tarifas de franqueo. En 1840 Hill imprime la primera estampilla o sello de correos, Suiza lo realiza en 1843, Estados Unidos lo hace en 1847 y en la América Latina, es Argentina quien lo imprime en 1856.

Las palomas mensajeras son otro medio de comunicación usado desde tiempos remotos. Un bello espectáculo es el de estas aves que vuelan llevando entre sus patas, en un tubito

o anillo de metal, mensajes de tal vez tremenda importancia para la humanidad.

Otro de los procedimientos más antiguos es el del "heliógrafo" que consiste en enviar señales convencionales (actualmente se realizan por clave Morse), por espejos que reciben los rayos del sol, los mensajes por medio de destellos. Una variante es el uso de la luz artificial cuando no hay Sol.

Pero la humanidad en vertiginosa carrera, va haciendo necesaria una mayor rapidez en las comunicaciones. A las atalayas con postes de señales usadas por el gobierno y los periódicos para llevar noticias rápidas a la distancia (telégrafo óptico de Claudio Chappe), sucede con el descubrimiento de una pila eléctrica práctica en 1799 y después el electroimán de Sturgeon en 1825 que en el año de 1837 Samuel Morse presenta al mundo su aparato telegráfico del que obtuvo patente en 1840; mucho trabajó y luchó, pero al fin el 24 de mayo de 1844 los alambres transmitieron su primer mensaje: -- ¿Qué ha forjado Dios?

Sin embargo entre los pueblos separados por los mares, la comunicación era casi inútil e ineficaz. Alguien debía resolver el problema y en 1848 surge el genio de Watkins Brett "Padre del cable", y en 1851 funciona la primera línea telegráfica "por debajo del agua" entre Dover y Calais. En 1853 se amplía a Dover-Ostende. En 1858 el Ing. Cyrus W. Field -- enlaza Europa con América por medio del cable submarino y en 1878 se establece el sistema "duolex" que hace fácil y acelerar el envío de mensajes en dos direcciones simultáneas.

Pero los puntos y rayas -sistema Morse-, si bien eran rápidos y fáciles para los estudiosos, resultaba ininteligible para el profano que deseaba tener un medio más rápido y eficaz a más bajo costo. Aparece en la historia de las comunicaciones un escocés-americano: Alejandro Graham Bell quien en 1871, con la colaboración de Tomás A. Watson construyen el primer teléfono. En 1876 lo presentan en la feria de Filadelfia con tanto éxito, que el año siguiente había más de 800 aparatos en uso.

La humanidad eternamente inconforme seguía pidiendo más; y los hombres de ciencia incansables con los logros obtenidos seguían buscando más. En 1916 en plena guerra mundial, se inician las transmisiones radiales experimentales. El 4 de julio de 1919 se hace la más notable transmisión radiada y primera en su historia, donde el presidente Wilson de los Estados Unidos se dirigió a los marinos y soldados desde el barco George Washington y éstos lo escucharon desde otros barcos. Finalmente en 1920, aparecen las dos primeras radiodifusoras comerciales: la KDKA de Pittsburgh y la WWJ de Detroit. Adquieren éstas, gran desarrollo y sin embargo se pensaba: "si viaja el sonido así, ¿por qué no las imágenes de personas, animales o cosas?". La respuesta ya es conocida y familiar. Aparece el cinematógrafo y en 1941 la televisión y ¿Después?.

Difícilmente podemos dejar de comunicarnos seamos o no conscientes del propósito que nos llevó a hacerlo. Desde niños vamos aprendiendo a expresarnos, comenzando con el llanto del recién nacido al contacto con el medio, hasta llegar al balbuceo y de ahí aprender a practicar las técnicas verba

les y mímicas, con el fin de afectar o manejar el medio que nos rodea.

Estos patrones de conducta se fijan de tal forma, que se hacen habituales; a veces no nos damos cuenta de cuán frecuente tratamos de manejar las cosas. En verdad, en nuestro sistema de valores logrado por la sociedad o grupo, llegamos a ser manipulados o manipuladores por la comunicación que -- usa nuestra sociedad de consumo.

De ahí, que necesitamos analizar el avance de la comunicación y los medios de que nos valemos en la misma, para que así podamos centrar nuestra atención y analizar el propósito de poder controlar nuestra conducta frente a ésta para determinar si nos comportamos de manera efectiva.

Nos haremos varias preguntas al respecto: ¿por qué se nos crea la necesidad de enterarnos y de tener qué aprender todas estas cosas? ¿Cuál es nuestro objetivo? ¿Qué medios de comunicación son los que actualmentese utilizan en la enseñanza? ¿En qué forma influyen en la formación de la personalidad del niño? ¿Cuáles son los más adecuados?

Al plantearnos estas interrogantes nos vemos en la necesidad de indagar, analizar el contenido de las mismas, formar nuestros propios conceptos y llegar a obtener el conocimiento develatorio de las incógnitas presentadas.

Considero estas actividades imprescindibles para todo profesionalista de la educación, si es que quiere influir en una forma benéfica y encauzar debidamente a sus educandos, para moldear en él, una personalidad adecuada que lo lleve a actuar en forma correcta dentro de la sociedad en la que --

se desarrolla.

Aunque creo necesario destacar un hecho por demás interesante: los adelantos no se deben a las masas que son los que en primera y última instancia los usufructúan; se deben a individuos extraordinarios, personas que merecen nuestra admiración y respeto, a quienes toda la humanidad debería - rendirles un perpetuo homenaje de gratitud.

PRECISION DE LOS OBJETIVOS

He organizado la tesis en forma de objetivos generales, particulares y específicos, los cuales son como sigue:

OBJETIVO GENERAL:

1.- Obtener el conocimiento del proceso de la comunicación.

OBJETIVOS PARTICULARES:

1.1.- Comprender el significado de la comunicación.

1.2.- Distinguir los elementos de la comunicación.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1.1.1.- Enumerar varios conceptos de la comunicación.

1.1.2.- Resumir el significado de la comunicación.

1.2.1.- Analizar el proceso de la comunicación.

1.2.2.- Diseñar un modelo del proceso de la comunicación.

.....

OBJETIVO GENERAL:

2.- Analizar cuáles son los medios de comunicación masiva y su influencia en la formación de la personalidad del niño.

OBJETIVOS PARTICULARES:

2.1.- Identificar cuáles son los medios de comunicación masiva.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

2.1.1.- Redactar un resumen de las características psicosociales de las masas.

2.1.2.- Enumerar los medios de la comunicación masiva.

2.1.3.- Describir las características e importancia de algunos medios de comunicación masiva.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 2.2.- Analizar la influencia de los medios de comunicación masiva en la personalidad del niño.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- 2.2.1.- Explicar qué es la personalidad y cómo se va desarrollando.
- 2.2.2.- Exponer cómo influyen los medios de comunicación masiva en la personalidad del niño.
- 2.2.3.- Emitir juicio crítico sobre los programas de televisión que actualmente se ofrece a los niños.

.....

OBJETIVO GENERAL:

- 3.- Analizar el cine y la televisión como medios audiovisuales y su empleo en la escuela primaria.

OBJETIVOS PARTICULARES:

- 3.1.- Estudiar el posible empleo del cinematógrafo en la escuela primaria.
- 3.2.- Estudiar y analizar el empleo de la televisión en la enseñanza.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- 3.1.1.- Estudiar este medio como Técnica Audiovisual en la enseñanza.
- 3.1.2.- Enumerar las dificultades del empleo del cinematógrafo en la educación primaria.
- 3.2.1.- Estudiar la T.V. como Técnica Audiovisual en la enseñanza.
- 3.2.2.- Precisar las ventajas que proporcionaría el uso de la televisión en la enseñanza.

DESARROLLO DEL TRABAJO.

LA COMUNICACION. - CONCEPTO Y ANALISIS.

La palabra "comunicación" se ha hecho popular en esta vida moderna y actual. Es usada en forma corriente para designar problemas de relación en las clases obrera y la directiva, entre la gente en general y hasta entre los países. Algunos de los usos que del término "comunicación" se hacen se refieren a las distintas maneras de enfocar esos problemas.

La palabra "comunicación" también se ha vulgarizado dentro del ámbito universitario, puesto que ya algunas universidades han creado un departamento o colegio de "comunicación" que tratan de manejar un nuevo tipo de acercamiento disciplinario anterior o simplemente, cambiaron de nombre a algunos departamentos que ya había y a formas tradicionales de ver las cosas.

Esto, por esa gran necesidad de obtener gente competente en comunicación para cumplir con el mercado que ha hecho surgir la revolución tecnológica de este siglo. Mercado que se ve recargado de una gran necesidad de dibujantes publicitarios, asesores de relaciones públicas, productores y directores de radio, televisión y cine-films, así como de expertos en medios audiovisuales, etc.

Así se ha creado la "Industria de la Comunicación" de donde surge un nuevo trabajo que llamamos el "comunicador profesional" que es responsable de la creación, entrega e imposición del impacto de los mensajes destinados a tener un efecto sobre uno o varios públicos.

En general, casi todos los libros que tratan sobre las comunicaciones la conceptúan como el hacer saber a alguien una cosa. Comunicar es compartir o transmitir información, no noticias o simplemente ideas.

La gente puede comunicarse a muchos niveles, por muy díversos motivos, con gran número de personas y en múltiples formas; aunque de acuerdo con las investigaciones realizadas parece ser que una persona común y corriente emplea más o menos el 70 % de su tiempo en actividades, en comunicarse utilizando para ello una de estas formas: escuchando, hablando, leyendo, escribiendo o simplemente por medio de señas.

El lenguaje oral es tan sólo uno de los usamos para comunicar ideas nuestras, ayudándonos en algunas -- ocasiones de gestos y ademanes para darle mayor apoyo al mensaje ya que también expresamos el interés y actitudes por medio de movimientos corporales, expresiones faciales, movi---miento de manos y brazos, etc. En resumen, todo aquello a lo que la gente logra dar un significado puede y es utilizado -- por la comunicación que es conducta humana, que tiene una esfera de acción muy amplia.

En el presente siglo, la tecnificación y el ritmo acelerado de la investigación ha hecho un tanto difícil que los -- científicos, técnicos y operarios puedan mantenerse al día -- en los progresos recientes. Hay grandes demoras, mucho transcurre entre el descubrimiento científico del investigador en el laboratorio y la utilización de ese conocimiento por el -- público. Esto ha motivado que surjan nuevas profesiones en -- la comunicación por ejemplo: la del divulgador científico y la del escritor técnico o sea, gentes que interpretan a los

escritores para ponerlos al nivel de los lectores.

En la actualidad observamos, que los gobiernos de todos los países se orientan cada vez más hacia la comunicación. Sólo hay que ver los problemas enormes de interrelación entre las agencias gubernamentales, para darnos cuenta de ello.

También las revoluciones tecnológicas y filosóficas -- del Siglo XX y el desarrollo de la industria a nivel internacional han influido a superar la comunicación y sus medios.

En general, la amplitud del alcance de la comunicación es perfectamente demostrable y ha permitido en gran parte -- la actividad humana, pero queda el interrogante todavía de: ¿qué significa todo esto? y ¿qué es la comunicación?

Aristóteles definió a la comunicación en su Retórica, como "la búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance" y por persuasión, nos da a entender el intento que hace un orador para llevar a los demás a tener su mismo punto de vista. Esta concepción de la comunicación fue popular hasta el siglo XVIII en que surge la escuela de la Psicología de las Facultades que interpreta a -- la comunicación en base a dos objetivos: uno de naturaleza intelectual o informativo y el otro, persuasivo; el primero apelaba a la mente y el otro al alma.

Los psicólogos actuales no sostienen esta teoría. Las corrientes conductistas, sobre la comunicación se asemejaban bastante a la clásica posición aristotélica en cuanto -- que observamos que el hombre ha utilizado a la comunicación como herramienta ya que en esta forma, intervenimos de mane

ra activa en las organizaciones humanas y participamos de lo que ocurre en el ámbito político: interactuamos. La comunicación es la base de esta interacción, de estas relaciones de hombre a hombre. Analizando así la comunicación, vemos que nos comunicamos para influir y afectar intencionalmente.

EL PROCESO DE LA COMUNICACION.

El diccionario define la palabra "proceso", como "cualquier fenómeno que presenta una continua modificación a través del tiempo". Esto es, consideraremos los acontecimientos y las relaciones como dinámicos, en un constante devenir cambiante y continuo. Un proceso entonces, es algo que no tiene principio ni fin, ni tampoco una secuencia fija de acontecimientos. Los componentes de un proceso "interaccionan" es decir, cada uno de ellos influye en los demás.

La teoría de la comunicación refleja un concepto de proceso, porque sus componentes no pueden ser separados de todo otro hecho o componente y no es posible hablar ni del principio ni del fin de la comunicación.

El interés por la comunicación ha producido muchos intentos a desarrollar modelos del proceso de la comunicación. Por supuesto que estos modelos difieren y ninguno podrá calificarse de exacto o verdadero.

Aristóteles, en la comunicación consideraba tres componentes: el orador, el discurso y el auditorio, o sea, la persona que habla, el discurso pronunciado y quienes lo escuchan.

Actualmente nuestros modelos corrientes de la comunica-

ción son semejantes al de Aristóteles, como el modelo del matemático Claude Shannon en 1947 y dado a conocer por Warren Weaver, que describen la comunicación humana y que incluyen: a).- Una fuente. b).- Una señal. c).- Un transmisor. d).- Un receptor y e).- Un destino.

Si por fuente entendemos el orador, por señal el discurso y por destino al que escucha, tenemos el modelo aristotélico más dos elementos: el transmisor que envía el mensaje original y el receptor que lo capta para hacerlo llegar a su destinatario. En realidad este modelo se refería a la comunicación electrónica. Sin embargo, los científicos de la conducta descubrieron que el modelo Shannon-Weaver resultaba -- útil para describir la comunicación humana.

Toda comunicación humana tiene una fuentes, que es una persona o un grupo de personas con una razón o fin para ponerse en comunicación. Esta fuente, con sus ideas, intenciones y propósitos ocupa de un segundo componente: el mensaje que es expresado por la fuente como una conducta física por medio de un código -codificación- que es un conjunto sistemático de símbolos. Ahora bien, el tercer componente sería el encodificador, que sería el encargado de tomar las ideas de la fuente en forma de mensaje y el cuarto componente sería el canal que es el medio, el conducto por el que se transmiten los mensajes.

En cuanto a la comunicación tenemos: una fuente, un encodificador, un mensaje y un canal; pero hasta aquí no se ha producido ninguna comunicación. Para que ésta ocurra debe haber al otro lado del canal alguien, cuando hablamos es necesario que alguien escuche, cuando escribimos, alguien tiene

que leernos. La persona o personas que están en el otro lado del canal se llamarían receptores de la comunicación, el fin u objeto de la misma.

Para que la comunicación sea posible, las fuentes y los receptores de la comunicación deben ser similares. Aún más, a menudo la fuente y receptor pueden ser la misma persona ya que la fuente puede comunicarse consigo misma esto es, que el individuo se escucha lo que está diciendo, lee lo que está escribiendo, etc. En términos psicológicos, la fuente trata de producir un estímulo, si el receptor responde a ese estímulo se establece la comunicación; pero si no responde, entonces no hay comunicación.

Ahora bien, sólo nos falta el último elemento. Así como la fuente necesita de un codificador para transmitir su mensaje, el receptor necesita de un decodificador para traducir o decodificar el mensaje y darle una forma que sea utilizable para el receptor y éstas serían sus facultades sensoriales ya que los sentidos pueden ser considerados como los descifradores de códigos.

Estos son pues, los componentes que habremos de tratar al diseñar el proceso de la comunicación:

- 1.- La fuente de la comunicación.
- 2.- El codificador.
- 3.- El mensaje.
- 4.- El canal.
- 5.- El decodificador.
- 6.- El receptor de la comunicación.

Se deseamos analizar el proceso de la comunicación, ten

dremos qué hablar de fuentes, mensajes, canales, receptores; pero hemos de recordar lo que estamos haciendo. Aunque distorcionamos el proceso, no nos queda otro remedio que hacerlo pero no debemos engañarnos creyendo que la comunicación es cosa de números.

Será de gran utilidad analizar en el diseño del proceso comunicativo las habilidades expresivas de la fuente y del receptor, sus actitudes, sus niveles de conocimiento, sus roles en múltiples sistemas sociales y el contexto cultural en que se desenvuelven sus conductos de comunicación.

Si analizamos los mensajes pondremos nuestra atención en distintos elementos o estructuras en la elección de códigos, contenidos y tratamientos. En cuanto a los canales, serían por lo menos en tres formas: mecanismos de unión, como vehículos o como medio de transporte para el vehículo.

Se elaborará dicho proceso de la comunicación por medio de un diseño que contendrá los datos siguientes: una fuente, donde se generen las habilidades en la comunicación las actividades positivas, los conocimientos, el sistema social y la cultura; otro, que será el mensaje donde se integran los elementos de la comunicación y la estructura, que a través del tratamiento servirá de enlace; el tercer aspecto es el canal donde aparecen los órganos de los sentidos como vista, oído, tacto, olfato y gusto, y, por último tenemos el receptor compuesto por habilidades en la comunicación, actitudes, conocimiento, sistema social y la cultura. (Ver apéndice gráfico).

LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA.

Los medios de comunicación que llamamos "masivos", son

todos aquellos órganos de difusión que llevan un mensaje o tratan de influir en las masas a quienes van dirigidos.

Y ya que hablaremos sobre comunicación dirigida a las masas, deberemos hacer una somera exposición de lo que las masas significan como una categoría psicosocial.

Las características de las masas modernas surgen como consecuencia de dos hechos fundamentales: primero, el crecimiento inusitado de la población mundial y segundo, el enorme poder que la humanidad ha adquirido en diversos órdenes, principalmente por el desarrollo científico y técnico.

Como consecuencia del explosivo demográfico, aparecen súbitamente en la sociedad millones de gentes, que sin haber asimilado los conocimientos y valores tradicionales elaborados pacientemente por la civilización hasta el presente e inspirados por el derecho democrático y liberal, tratan de participar activamente de los bienes que la civilización técnica puede brindar. De este modo, el hombre-masa -dice Ortega y Gasset- sin el cultivo espiritual necesario, es un bárbaro viviendo en un mundo civilizado. El hombre selecto es aquel que exige a sí mismo un constante esfuerzo de superación, mientras que el hombre-masa no se fija ese esfuerzo; para él la vida es seguir siendo como es, sin mayor preocupación que el disfrute inmediato de lo que está a su alcance. Se sabe vulgar y proclama el derecho de la vulgaridad a prevalecer en el escenario social en todas sus esferas, aún en la científica; no se angustia, ni se avergüenza de ser como es, ni busca colocarse en el lugar que justamente le corresponde, ya que se siente con el derecho natural a ocupar los puestos y roles más apetecibles, propiedad antes de los gru-

pos y personas selectas.

Por consecuencia a esa mentalidad inculta, simplista y vulgar, rehuyen a la discusión de ideas que no concuerdan con sus opiniones superficiales pero prevalecientes por corresponder a sus deseos instintivos. Son antiliberales, en lugar de analizar o discutir, cultivan "la acción directa" y aún la violencia sobre las minorías que desentonan con sus aspiraciones, llegando a odiar a muerte a todo lo que no es como ellas. Y lo más grave es que el hombre-masa adopta la actitud de un comportamiento en todas las cuestiones que ignora, no con la modestia de quien es consciente de su ignorancia, sino con la petulancia de quien se sabe perito en el estrecho campo de su especialidad.

La corriente marxista enjuicia el fenómeno de las masas como el motor fundamental del desarrollo histórico, como productoras de los bienes materiales. El bajo nivel cultural en que han vivido, no se debe a su incapacidad natural sino a las condiciones económicas y culturales en que han sufrido en los regímenes basados en la explotación; pero con una conciencia en sus derechos y obligaciones y en una lucha organizada, tanto en la esfera económica como política son capaces de formar un orden social, asimilar y desarrollar los más altos valores humanos que tradicionalmente han sido de las minorías privilegiadas.

Para su adecuado estudio las masas las clasificamos de la siguiente forma: a).- masas concretas o reunidas y b).- masas latentes o dispersas. Las masas concretas o reunidas son las que están en todo momento congregadas físicamente en un lugar determinado, ejemplo una multitud o un auditorio. -

Las latentes o dispersas son aquellas en las que sus integrantes, no se hayan reunidos en el mismo espacio como ejemplo los televidentes, los radioescuchas, los lectores de periódicos, etc.

La obra que más ha influido para estudio de las masas o muchedumbres, es el libro del francés Gustavo Le Bon "La Psicología de las Multitudes", en ella, su autor señala la enorme influencia que en las sociedades contemporáneas han conquistado las multitudes, ... "vivimos en la era de las muchedumbres, ya que entre los cambios más notables actualmente es el poder que éstas han adquirido. Antes los cambios en la vida de los pueblos eran determinados por la voluntad de un rey; ahora, es el pueblo el que por la acción de comités, sindicatos o agrupaciones de diversa índole determina los cambios sociales".

"Las ideas fundamentales de las multitudes han sido formadas por la influencia del medio, la herencia y la opinión". Estas ideas son sencillas y adoptan un carácter absoluto. En cuanto a la capacidad intelectual de la multitud, manifiesta Le Bon "... En la multitud lo que se acumula no es el talento sino la estupidez". En la esfera del sentimiento, las muchedumbres son para Le Bon impulsivas e irritables, notoriamente sugestionables y crédulas, propensas a toda clase de exageraciones y por tanto intolerables, fanáticas y autoritarias además de conservadoras.

La opinión pública es una apreciación colectiva acerca de un acontecimiento o situación de interés también colectivo, pero es imprescindible que el fenómeno y objeto de la apreciación colectiva sea conocido en alguna forma por el

público que lo enjuicia; es decir, se necesita de un elemento de enlace entre el fenómeno y el público; esta función - la cumple la noticia o información.

En nuestra sociedad moderna la función informativa la desempeña fundamentalmente los medios de comunicación masiva: prensa, radio, cinematógrafo y televisión que cuentan con una perfeccionada tecnología, complicada y vasta organización y enormes recursos económicos que se traducen en la enorme concentración de los servicios informativos. Aún más las grandes empresas periodísticas, radiofónicas y televisoras ante la necesidad de captar y difundir noticias de otros países, recurren a los servicios informativos de gigantescas empresas organizadas internacionalmente: AP, AFP, -- NYT, etc. que controlan en diversas formas las noticias y proporcionan también los artículos interpretativos acerca de los acontecimientos respecto de los cuales informan.

El rumor es una "noticia" acerca de un acontecimiento no confirmado plenamente. En cuanto recibe la confirmación plena, la noticia deja las comillas, se trueca en noticia a secas y deja de ser rumor.

El acontecimiento que da lugar al rumor debe ser de importancia o por lo menos de interés general para el grupo - en el que florece, si no, nadie lo escucha ni lo transmite.

Este suceso que se cuenta en el rumor, precisa que aparezca como algo que no se esperaba; por ello el rumor suscita en quienes lo escuchan alguna sorpresa, aún en aquellos que digan que ya lo esperaban. De ahí el matiz sensacionalista del rumor.

El "hecho" del rumor, debe ser siempre "fresco", que a cabe de acontecer, ya que la antigüedad lo envejece y muere cuando se ha desmentido o confirmado con el tiempo y así se convierte en noticia y pierde la novedad y el interés para ser escuchado, transmitido y comentado.

En el rumor no se sabe nunca el origen o el principio aunque cada quien lo escucha de alguien, quien lo transmite no por ser testigo del suceso, sino porque a él también se lo dijeron. En el rumor, se narra con estas palabras: -"Dicen, se cuenta que...", etc. También, "A mí no me creas, pero me contaron que....", "Lo supe de buena fuente", etc. -- Este anonimato otorga al rumor un velo seductor de secreto, que provoca la sensación de importancia a quien lo posee.

La vía de expresión del rumor oral, ya que transita de persona a persona y por su velo de secreto o misterio, se dice en voz baja y se escucha con cierto dejo de sorpresa -- aún cuando intervengan en su programación la prensa, la radio o la televisión, se advierte que no son noticias confirmadas y que fueron recabadas en forma oral.

LA RADIO.

Los primeros ensayos de transmisión a distancia fueron realizados por el científico norteamericano Samuel Morse en el año de 1844 a través del telégrafo que fue su invención. Después fue la aportación del físico alemán Enrique Hertz -- quien en 1887, descubre las ondas que llevan su nombre y -- que dieron la oportunidad de transmitir la voz humana a --- grandes distancias; luego en 1897 tenemos el invento del -- italiano Guglielmo Marconi, que permitió la transmisión de

sonidos simples. Todos estos inventos hicieron posible que en el primer cuarto de este siglo, se logaran grandes avances hasta obtener el desarrollo de la radio.

En el año 1915 se llevó a cabo en los Estados Unidos de Norteamérica, la primera transmisión intercontinental y en 1920, la radio KDKA establece el primer servicio regular desde Pittsburgh, para informar el triunfo electoral del presidente Harding.

Después vino el descubrimiento de la onda corta que facilitó la transmisión a distancia y en 1936 al descubrirse la frecuencia modulada, se acentuó la fidelidad de las transmisiones.

Todas estas aportaciones han hecho posible que la radiofonía progrese espectacularmente en los últimos años. Los radios portátiles y la instalación de satélites artificiales de comunicación, son una evidencia inobjetable.

En el campo de la enseñanza, los educadores comenzaron a reconocer antes de la primera guerra mundial, al valor potencial de este medio de comunicación y es en la década de los veinte, cuando empieza a aprovecharse como un auxiliar en la enseñanza. Por su parte, las grandes redes radiofónicas ofrecen transmisiones destinadas al uso escolar.

Actualmente estamos ante una gran proliferación de la radiofonía. La popularización de los aparatos receptores, así como las políticas estatales en relación con los medios masivos de comunicación, hacen de la radio un valioso auxiliar en la utilidad de la enseñanza.

EL CINEMATOGRAFO.

Este maravilloso invento como tantos otros, no surge re pentinamente; es el producto de numerosos esfuerzos y tiene base en la persistencia retiniana descubierta por Isaac Newton y otros físicos en el siglo XVII.

La persistencia retiniana consiste en un fenómeno natural, las imágenes que percibe nuestra retina no se desvanecen de inmediato y esto hace que si frente a nuestros ojos desfilan aproximadamente veinticuatro imágenes por segundo, obtengamos la clara sensación de movimiento. Esto, hace posi ble la existencia del cine.

Lo anterior nos hace pensar en las sombras proyectadas por el fuego en la caverna de un hombre primitivo y más tarde en las sombras chinescas, para pasar a la cámara oscura del italiano Della Porta hasta 1823 en que surge la fotografía por invención de Nicéforo Niepce.

Zootropo, fenakisticopio, praxinoscopio, fueron los nom bres de los aparatos que antecedieron al cinematógrafo y que fueron surgiendo en su época como curiosidades científicas y diversiones de feria. Por su alto precio, era un juguete para los burgueses adinerados.

Los hermanos Louis y Auguste -hijos de un industrial es pecializado en química fotográfica y emulsiones- inventaron el arrastre de la película mediante garfios realizando el pr primer filme de la historia: "La salida de los obreros de la fábrica Lumière", así la clase obrera objeto de tantas películas, se convirtió en la primera protagonista del cine gracias a un satisfecho patrón.

En más de ochenta años, el cinematógrafo se ha convertido en el medio de comunicación por excelencia de la cultura de masas contemporáneas. Primero un curioso medio de información, luego espectáculo, después lenguaje artístico para convertirse en una fábrica de ensueños y ahora se pretende hacerlo un valioso medio de instrucción.

En pocos años el cine revolucionó las formas de diversión por lo que la civilización contemporánea, recibió con propiedad el calificativo de "civilización de la imagen".

LA TELEVISION.

La televisión como un medio de comunicación, no fue -- producto del esfuerzo de un sólo hombre, sino que es el resultado de muchas investigaciones. A mediados del siglo XIX Alexander Bain construyó un transmisor de imágenes. Un cuarto de siglo más tarde, Care ideó el principio de convertir la luz en energía eléctrica que es el principio base de la televisión.

Después de muchos esfuerzos y guiado por esos antecedentes, el escocés John Baird realizó en 1925 en la ciudad de Londres, los primeros experimentos de transmisión y recepción de imágenes en movimiento.

Al terminar la segunda guerra mundial, fue la industria norteamericana quien se lanzó al desarrollo masivo de la televisión y en 1948, en los Estados Unidos de Norteamérica había ya doscientas estaciones de televisión y más de un millón de aparatos receptores.

En la actualidad la televisión es uno de los medios --

más poderosos de la comunicación masiva de la sociedad moderna cuya efectividad, sobrepasa a cualquier invento que haya conocido nuestra civilización ya que nadie escapa a su avasalladora influencia.

LA PERSONALIDAD.

La psicología con sus enfoques particulares, enriquece y complica la interpretación del término personalidad. Así tenemos que palabras como emoción, temperamento, inteligencia, carácter y herencia, son frecuentemente asociados a ella.

Con esta breve introducción general a la definición de personalidad, intentaremos analizar y comprender la que da Werner Wolff y que me parece más acertada:

" La personalidad es la organización dinámica e individual de aquellos sistemas psicofísicos que determinan una singular adaptación al ambiente".

a).- Por dinámica entenderemos lo activo de la organización que se encuentra en permanente cambio, autorregulando sus propias fuerzas.

b).- Un sistema es una organización integradora y unitaria.

c).- Lo psicofísico, tiene que ver con las manifestaciones pensantes del sistema nervioso, la conducta, sentimientos y emociones de la estructura interna, con la categoría biológica hereditaria y constitucional.

d).- Lo determinante se relaciona con lo innato. Todo individuo tiene un cuerpo, una química sanguínea, una estruc

tura ósea y muscular, un sexo, edad, etc., así como también pertenece a un grupo de personas en el mundo social y en su tiempo; por lo que su conducta obedecerá a las necesidades tenidas por el propio sujeto en la interacción con su ambiente.

e).- Es singular, por ser individual y único. Esto es, que nadie puede repetir las experiencias de otro en igual forma, ya que todo individuo es diferente y nunca será igual a los demás.

f).- La idea de adaptación al ambiente incluye lo intercambiable entre el sujeto humano y su medio. El hombre puede adaptarse adecuada o inadecuadamente pero se adapta, es decir, las potencialidades genético-evolutivas o lo innato, están sujetas a los cambios del ambiente y de la cultura; pero tengamos en cuenta que no habrá adaptación pasiva, ya que el hombre influye a su vez el ambiente.

La dinámica de la personalidad es un intercambio y dirección de fuerzas que son antagónicas en ocasiones, pero la tensión que se establece entre ellas norma la conducta.

Ahora bien, ¿Cómo se desarrolla la personalidad? La naturaleza del crecimiento, es el problema más crítico de la Psicología de la Personalidad, -aclarar como un organismo biológico desde el momento del nacimiento llega a transformarse en una persona adulta, capaz de asumir su puesto en las actividades sociales, en extremo complejas propias del mundo civilizado que le rodea.

Cuando el niño nace no existe diferenciación entre el ambiente y sí mismo. Conforme el infante crece y se desarro

Ella, va adquiriendo la noción de su propio cuerpo y de aquello que no es él. La madre es quien, con su voz, alimentos y cuidados le prodiga bienestar. Ella es el factor determinante en la formación del esquema corpóreo que da origen a la noción del "yo" -sentimiento de identidad-.

El aprendizaje se realiza por medio de su sensibilidad corporal, combinado con las emociones de la madre percibidas con su cuerpo -empatía-. Los experimentos han comprobado que a madres ansiosas y tensas, sus bebés son diarréicos, de sueño inestable y si faltan los cuidados maternos, los niños enferman -marasmos- e incluso mueren.

Cuando aprenden a caminar, su mundo y relaciones se amplían. Distingue entre "yo" y "tú" después de "nosotros".

La inteligencia o capacidad mental del niño para enfrentarse al medio ambiente y resolver sus propios problemas conforme va creciendo, es de gran influencia en el desarrollo de la personalidad.

El temperamento -de raíz biológica innata- con sus características de esquema endocrino u hormonal y su fluir de emociones, es el responsable de las respuestas o reacciones a los estímulos y al ambiente, las opiniones acaloradas, etc. Este se refuerza por los hábitos de conducta.

Por último, a cada edad que se completa en ciclos con marcado rasgo de madurez, corresponde una diversa forma de adaptarse al mundo y una categoría muy diferente de intereses y actividades que predominan. Estas facetas deben tomarse en cuenta para no obstaculizar el desarrollo posterior -

del niño.

La madre organiza el pequeño universo de su hijo. El reloj de las necesidades corporales marca el ritmo diario. Conforme crece y satisface sus necesidades de alimento, juego, descanso, afecto, etc., el niño vive aprendiendo. Después el lenguaje lo hace más sociable y poco a poco explora su mundo en mayor magnitud y desea saber el por qué de las cosas, y esta curiosidad lo empuja a investigar y conocer.

El preguntón, va desplazando progresivamente el mundo de la fantasía y del juego por la realidad que le imponen sus demandas. Su pensamiento va tomando los caminos de la lógica y en el transcurso de su vida es protagonista y observador de diferentes roles. En la escuela es un alumno, en la casa es hijo, con sus amigos es "cuate", ve cómo su padre es el "señor" para los vecinos y para su mamá, "mi viejo"; y en la misma forma se adquieren las actitudes saturadas de emoción cuando oye a sus amigos insultarse y pelear o llamar "pobres diablos" a los vecinos.

Lo bueno y lo malo se percibe en situaciones de alta tensión. También vive el orgullo o satisfacción cuando recibe la aprobación por el buen desempeño de una tarea o su brillante comportamiento en una pelea. En la escuela los maestros hablan del respeto a la bandera, a la patria, a los héroes, a los ancianos, al débil, etc.

Los periódicos, películas y noticias en general destacan con desaprobación las violaciones a la ley, o quizá las fomenten. El niño es testigo de lo que gusta y disgusta a los adultos y a su vez, hace su propio código ético que fun

ciona según su edad, sus compañeros de juego o amistades de juventud.

Los valores morales son determinados también por la cultura y ambiente socio-económico en que se vive. Así en algunas clases sociales se oyen frases como: "no debes decir mentiras", "respeta a tus mayores", etc., en otras puede oírse: "vieja el que chille", "macho el que no se raja" y así sucesivamente. A medida que los niños crecen, sus ideas se parecen más a las de los adultos.

Dentro de la personalidad, la imitación juega un papel inestimable e insustituible. "Capacidad de imitar significa para el niño -dice Aníbal Ponce- capacidad de vivir en sociedad". Por imitación ha aprendido a hablar, a escribir después, el caminar erecto, los gestos, etc., así como también se imitan costumbres, modas y formas diversas de vida de otros grupos o sociedades por el contacto directo o indirecto con aquellos.

Las personas que estimulan la imitación, orientada por el deseo de adoptar formas de conducta consideradas como valiosas o de imitar a personas estimadas o admiradas, lo hacen en primer lugar de aquellas con las que el sujeto convive: los padres, los hermanos, compañeros, los maestros, etc. Pero a medida que su ambiente social y cultural se amplía, los modelos se diversifican, sobre todo por la influencia de lecturas, espectáculos y de los medios masivos de comunicación.

Desde temprana edad, el niño tiene contacto con el mundo irreal pero operante, en la forma de personajes de cuen-

tos que sus mayores suelen contarle y en nuestros días, sobre todo, por medio de la televisión y el cinematógrafo; pero a partir de la etapa escolar, el mundo imaginario se amplía con el cuento escrito, la historia -nacional o universal-, la biografía y la novela.

La importancia y orientación que la biografía puede asumir como modelo imitativo, depende por supuesto de diversas condiciones técnicas y culturales de cada sociedad. La biografía escrita con fines educativos, puede ser una inapreciable fuente de superación de la personalidad de millares de lectores, pero los fines comerciales, degrada su importancia formativa.

Las novelas, dan estímulos poderosos en el desarrollo de tendencias y actitudes de los lectores, sobre todo si son jóvenes. El efecto que sobre la juventud ejercen las novelas que narran la vida y aventuras de piratas y bandidos es considerado pernicioso, "de idéntica manera a como se produce el hábito a los estimulantes alcohólicos".

De igual manera, la lectura excesiva de novelas cróticas populares, da lugar a estimulaciones inadecuadas de la conducta sexual, las cuales pueden inducir a prácticas peligrosas. En cambio, la lectura de libros de aventuras es menos peligrosa y hacerlo moderadamente produce agrado, sin producir efectos negativos.

En comparación con los relatos, cuentos y novelas, el cinematógrafo y la televisión, tienen varias ventajas: no requieren el dominio ni el esfuerzo de la lectura, la trama se desenvuelve dinámicamente y es más breve, combina estímulo

Los visuales y auditivos, por lo que las imágenes tienen mayor vigor. Las emociones individuales son reforzadas por el público en su conjunto.

Las reacciones emotivas de la película sobre los niños no sólo tienen lugar durante el tiempo que dura la misma, - sino que se prolongan en el sueño, y no únicamente por una noche, sino que algunas veces durante varias y su efecto se refleja también en los juegos infantiles. Por otro lado, es observación común que también en las actitudes, sus maneras gustos, formas de vestir, etc., los jóvenes de ambos sexos tiendan a imitar al actor o actriz predilecta.

La televisión constituye una mezcla de cine y de radio se dispone del aparato en la casa y está a la mano a toda - hora. A ello se debe que de todos los medios masivos de recreación, éste es el que mayor poder ejerce no sólo entre - los niños sino entre los jóvenes y adultos y su influencia ha sido progresiva desde su aparición a medida de que se -- ha ido perfeccionando.

Toda esta difusión de los "comics", la radio, el cine y la televisión, deben preocupar vivamente a quienes se interesan por la educación y la cultura de las masas, por el gran poder de atracción y del tiempo que la gente destina a su disfrute; sobre todo en la calidad intelectual, moral y estética de los argumentos y programas en general.

Se formulan diversas reflexiones:

lo.- Los espectadores infantiles y juveniles -sobre todo con referencia a la televisión- están frente a una escuela de pasividad, ya que son simples espectadores y según en

cuestas comparativas, desde que la televisión cobró gran desarrollo, los niños leen menos que antes, pues es más fácil encender el televisor y pasar horas y horas frente al aparato que leer.

2o.- Los juegos infantiles de alto poder formativo son afectados por la afición a la televisión.

3o.- Aunque la televisión es disfrutada por toda la familia o por varios de sus miembros, la concentración de la atención de los espectadores a la pantalla minimiza el intercambio espiritual entre los miembros de la familia, tan indispensable no sólo para la normal cohesión hogareña, sino para el propio desarrollo espiritual de padres e hijos.

Por desgracia todavía en nuestro país, la televisión se ha comercializado y la educación o enseñanza sólo se tiene en contados canales y programas. Si hacemos una crítica y analizamos los programas "infantiles" de nuestra mexicana televisión, encontraremos que lo menos que se le enseña al niño y éste aprende, es que en esta vida todo se resuelve por medio de la violencia, golpes, insultos, matando al enemigo, engañándolo, siendo más fuerte y listo que él, etc...

Los ídolos que la televisión ha fabricado para los niños mexicanos, son todos extranjeros, que nunca trabajan y se pasan la vida peleando; todos son blancos, amigos de los ricos, los defienden, los cuidan y además son muy fuertes: "El Hombre Nuclear", "La Mujer Maravilla", "El Hombre Invisible", etc....

Los ídolos infantiles -los hechos en México- como "El Chapulín Colorado", "Capulina", "El Chavo del Ocho", etc.,

también logran todo por medio del engaño, de hacerse tontos, de la violencia, de las "movidas", del no "dejarse" y su única comicidad consiste en ver quién le pega más a quien.

Jamás un mensaje para que el niño estudie o coopere -- con otros niños en cosas positivas, jamás un elogio al trabajo o un ataque al dinero mal habido, o a la injusticia; y para perderlo más, hacerlo que compre y consuma todo lo que venden. Es curioso que los anunciantes y patrocinadores de las series infantiles sean todos de compañías extranjeras -- de productos alimenticios: Kelloggs, Bimbo, Coca-cola, Choco milk, Pepsi, Jell-o, etc...

Veamos los siguientes programas para niños y su influencia:

- 1.- El Chavo del Ocho. (violencia, idiotez).
- 2.- Plaza Sésamo. (consumo, elogios al capitalismo)
- 3.- Porky y sus amigos. (violencia).
- 4.- Los Superamigos. (100 % violencia)
- 5.- El Chapulín Colorado. (idiotez, violencia).
- 6.- El Correcaminos. (pura violencia)
- 7.- La Pantera Rosa. (violencia).

EL CINEMATOGRAFO EN LA ESCUELA PRIMARIA.

El cinematógrafo tuvo su primer y más rápido avance en el campo de la diversión, pero sus inventores se dieron cuenta de su importancia como instrumento educativo. Por lo que los administradores e instructores de las escuelas progresistas reconocieron el potencial educativo del cine y así desde principios del presente siglo, se introduce en las escuelas por medio de las películas mudas y en la década de los treint

ta aparecen los filmes sonoros.

La utilidad del cinematógrafo como ayuda audiovisual -- empieza allí donde la intuición no puede encontrar las cosas y objetos, donde el medio nos niega su cooperación, donde las aptitudes del niño no pueden ejercitarse.

A pesar de las ventajas innegables del cinematógrafo -- como auxiliar de la enseñanza, por los grandes adelantos -- que ha alcanzado como medio de comunicación, su empleo en -- la mayoría de nuestras escuelas primarias es inalcanzable, por el alto costo y la escasez de películas educativas.

Para que el cinematógrafo se incorpore en forma real y efectiva al trabajo escolar es necesario que se superen en forma definitiva las barreras que se han creado a su alrededor y se adopten, como consecuencia, las estrategias ideales.

En la actualidad tenemos en relación con el cinematógrafo en la escuela las siguientes contras:

- 1o.- Alto costo de proyectores y material.
- 2o.- Escasez de material fílmico que pueda aprovecharse en la enseñanza.
- 3o.- Falta de instalaciones adecuadas. La mayoría de nuestras escuelas están concebidas conforme a los patrones tradicionales del trabajo escolar. En la mayoría de -- los casos el desembolso se reduce a la adquisición de edificio, muebles y libros. Es necesario que no se --- piense en el aula como un lugar para escuchar lecciones, sino que se prevean en futuras construcciones las instalaciones necesarias para el empleo del cine y las

ayudas audiovisuales.

4o.- El maestro de grupo por lo general desconoce el manejo mecánico del proyector y su utilización como valioso - auxiliar en la enseñanza; por lo que las escuelas Normales deben reforzar sus planes de estudio con actividades que tengan por objeto capacitar eficazmente a -- los futuros maestros sobre las técnicas idóneas para - el empleo del cinematógrafo en la escuela primaria.

Por último, el maestro debe tener presente que es necesario desarrollar una educación no "contra" los medios audiovisuales sino "con" ellos.

LA TELEVISION EN LA ENSEÑANZA.

Ante todo, debemos comprender y no olvidar que la televisión es un medio de comunicación masiva y no un método de enseñanza, pero que podríamos aprovechar como un magnífico auxiliar para el trabajo docente, ya que su mayor ventaja - es que aúna en forma simultánea la imagen con el sonido y - esto implica una gran economía en cuanto al empleo de tiempo e inversión.

Al igual que el cine y la radio, la televisión puede - difundir lecciones a un número ilimitado de alumnos y sirve como medio para ampliar y elevar el nivel cultural de los - alumnos. El educando vive experiencias que de otra manera - no sería posible obtener y permite mantener y aumentar la - capacidad de concentración de los alumnos en aquellos aspectos que son de vital importancia para el aprendizaje.

Pero a pesar de las múltiples ventajas que la TV representa en la enseñanza, su empleo implica una serie de pro--

blemas que debemos superar y señalaremos algunos de sus --- riesgos:

- 1o.- Incita a la pasividad. Su poder de penetración y suges-
tión es más extenso y profundo que cualquier otro, por
lo que el niño ante los programas televisados adopta -
una actitud pasiva. No hay que olvidar que aprender de
frente de una pantalla es para el niño una situación --
nueva.
- 2o.- La televisión propicia la pérdida de relación familia-
niño, maestro-niño, ya que la instrucción por la tele-
visión sería en un solo sentido y en forma de monólogo
el diálogo como conversación viva e inmediata no puede
llevarse a cabo. El mensaje de la TV es frío, distante
e impersonal, le falta el calor y emotividad que sólo
el maestro podría darle.

El mentor debe estar plenamente convencido de que la -
televisión es sólo un auxiliar en la enseñanza y que él si-
gue siendo el promotor y guía individual.

Se presenta en el apéndice gráfico un esquema en el --
que se anotan los diferentes medios audiovisuales, señalan-
do el impacto que producen en los educandos de acuerdo con
sus características.

Al fijar nuestra atención en el lugar importante en --
que se encuentra el cinematógrafo y la televisión dentro de
éstos, comprendemos la urgente necesidad de superar los obs-
táculos que representa su uso en la enseñanza, para incorpo-
rarlos realmente como auxiliares didácticos en el trabajo -
docente y dejen de ser un sueño inalcanzable.

C O N C L U S I O N E S .

- 1a.- La comunicación es conducta humana con una esfera de acción muy amplia, ya que es todo lo que logra dar un significado y es compartido en la actividad del hombre.
- 2a.- En la comunicación hay una interacción, pero nos comunicamos para influir y afectar intencionalmente.
- 3a.- Los componentes del proceso de la comunicación son: la fuente, el mensaje, el canal y los receptores.
- 4a.- Llamamos medios de comunicación masiva a aquellos órganos de difusión que llevan su mensaje o tratan de influir en las masas.
- 5a.- En nuestra sociedad moderna la función informativa la desempeñan los medios de comunicación masiva que son: prensa, radio, televisión y cinematógrafo.
- 6a.- La opinión pública es una apreciación colectiva acerca de un acontecimiento de interés general.
- 7a.- La personalidad es organización dinámica e individual de los sistemas psicofísicos que determinan una singular adaptación al ambiente.
- 8a.- La dinámica de la personalidad es un intercambio de fuerzas que en ocasiones son contrarias pero que norman la conducta.
- 9a.- El temperamento es el responsable de las reacciones a los estímulos y al ambiente.
- 10a.- Las novelas en su mayoría, producen efectos negativos y perniciosos a los niños y jóvenes.
- 11a.- La televisión da pasividad y produce separación de la unión familiar.
- 12a.- La televisión es un medio de comunicación masiva comer

cializada, no un medio de enseñanza.

- 13a.- Todo maestro debe seguir convencido de que los medios masivos de comunicación son sólo auxiliares de la enseñanza y que él sigue siendo promotor y guía individual.
- 14a.- Nuestra televisión mexicana se ha comercializado demasiado a tal grado que el niño aprende de ella violencia, idiotez y lo hace un consumidor eterno.

PROPOSICIONES.

- 1.- Dado ~~que~~ las biografías como modelos a imitar son inapreciables factores de superación de la personalidad, debe evitarse su uso con fines comerciales por degradar su importancia formativa.
- 2.- Que los padres y maestros vigilen las lecturas de nove--las populares en los niños, pues son causa de conductas inadecuadas.
- 3.- Que el Estado controle más la programación de la radio, cine y televisión dándole más calidad intelectual, moral y estética a los argumentos.
- 4.- Que se graben programas de radio adecuados controlados - por la S.E.P. y que sean utilizados en las horas dedicadas a la enseñanza.
- 5.- Que los programas educativos que transmitan las radiodi--fusoras, sean conocidos con anticipación por los maes---tros del país para poderlos aprovechar y que se den sin costo alguno, guías adicionales que contengan los temas de las emisiones.
- 6.- Que en la televisión haya más programas educativos que - no hablen de tanta violencia y consumo.
- 7.- Que la Dirección General de Educación Audiovisual distribuya material fílmico, ayuda y asesoramiento para que cada escuela cuente con un proyector o aparatos que coadyuven a resolver las necesidades educativas.
- 8.- Que las escuelas Normales capaciten a los futuros maes--tros en el uso y manejo de aparatos de comunicación masiva y demás máquinas de enseñar.
- 9.- Que la educación se tecnifique más proporcionando a las

escuelas textos programados y máquinas de enseñar.

- 10.- Que se filmen películas cuyos temas sean apegados a la realidad histórica tanto nacional como universal, sobre aquellos hombres y mujeres ilustres que legaron -- sus obras a la humanidad y que éstas sean exhibidas -- gratuitamente y con regular frecuencia en todas las sa las cinematográficas del país.

B I B L I O G R A F I A .

OBRAS CONSULTADAS:

- 1.- Psicología Social. EMMA SANCHEZ RAMIREZ. S.E.P.-
I.F.C.M.- ED. OASIS, 1969.
- 2.- Vademécum. JOSE DE JESUS VELAZQUEZ SANCHEZ.- ED. PO-
RRUA, 1977.
- 3.- Psicología Social. RAFAEL GARZA LIVAS. S.E.P.- - -
I.F.C.M.- ED. OASIS, 1970.
- 4.- Psicología de las Multitudes. GUSTAVO LE BON.
- 5.- Psicología Social. ORTEGA Y GASSET.
- 6.- Tecnología Educativa. 2o. y 3er. CURSO DE LICENCIATU
RA. S.E.P.- BUFETE EDITORIAL, S.A., 1976.
- 7.- El Zoo Humano. DESMOND MORRIS. ED. PLAZA AND JANES,
1976.
- 8.- Política Educativa. VICTOR GALLO MARTINEZ. S.E.P. --
I.F.C.M.- EDICIONES OASIS, 1970.
- 9.- Enciclopedia de Oro. EDITORIAL NOVARO, 1974.

APENDICE GRAFICO.

PROCESO DE LA COMUNICACION.

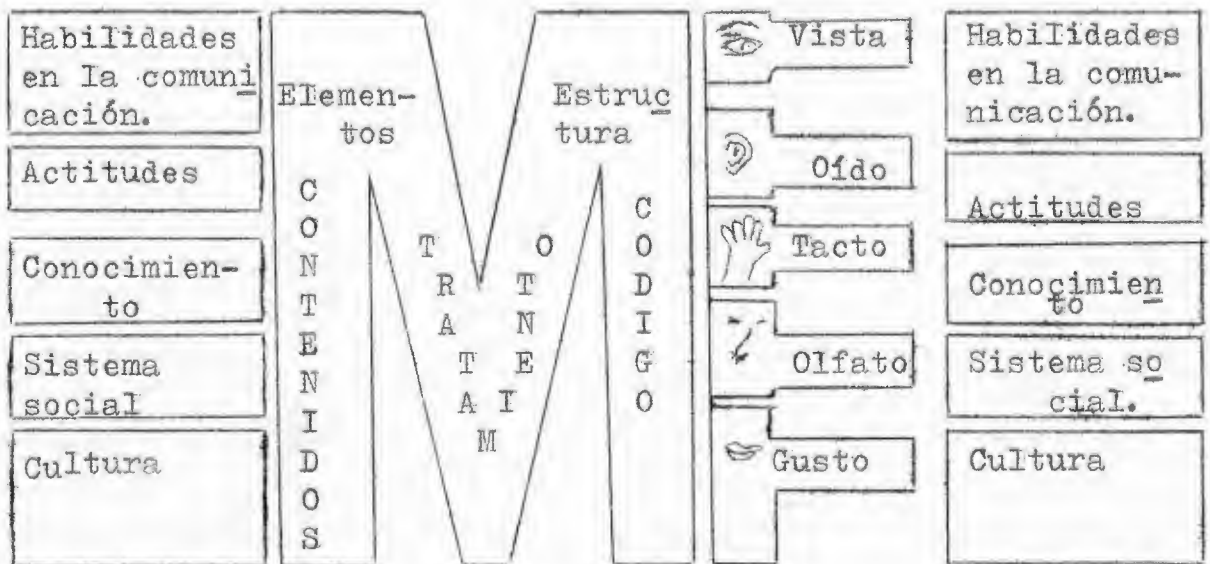
F M C R

FUENTE

MENSAJE

CANAL

RECEPTOR



COMPONENTES DE LA COMUNICACION.

LOS MEDIOS AUDIOVISUALES EN LA ENSEÑANZA.

