

D E D I C A T O R I A S

"CON TODO CARIÑO Y RESPETO,
DEDICO ESTE TRABAJO A MI
DISTINGUIDO ESPCSO".

" A MIS ADORADOS HIJOS: ROY
ROGER, RAMON, SONIA DEL CARMEN
Y LORENCITO HERNANDEZ SANCHEZ".

" A LOS DISTINGUIDOS MAESTROS
DE LICENCIATURA, A MIS MAES-
TROS ASESORES, AL RESPETABLE
SINODO".

I N D I C E .

	Pág.
Dedicatorias	1
Prólogo	4
Introducción	6
Plan General	8
CAPITULO I	11
Concepto de comunicación	12
Origen de la Comunicación masiva	13
Comunicación masiva e individual	18
Elementos que integran la comunicación	20
Diferentes tipos de comunicación	24
CAPITULO II	26
Personalidad del Niño	27
La Infancia y sus períodos	29
Períodos de la vida infantil	31
Primera Infancia	32
Segunda Infancia	36
CAPITULO III	44
Importancia que tiene la comunicación masiva	45
Efectos de la comunicación masiva	48
Ventajas y desventajas de la comunicación masiva.....	54
Propósito Básico de la comunicación	57
Utilización y características de la comunicación	62
Cuestionario	65

	Pág
Investigación de campo	66
CAPITULO IV	68
Conclusión	69
CAPITULO V	70
Apéndice	71
Referencias Bibliográficas	72

PROLOGO

Motivos por los que me interesé en el tema: "Medios de Comunicación masiva y su influencia en la formación de la personalidad del niño".

Los motivos por los que escogí este tema fue con el propósito de dar a conocer lo que considero de vital importancia: -- que el Maestro de Educación Primaria tiene la ineludible obligación, de vivir como todo ser humano en constante comunicación con sus semejantes, como son en primer lugar: sus alumnos, padres de familia, autoridades educativas, municipales o gubernamentales. -- Así como enseñar a sus niños a comunicarse con quienes lo rodean, a través de pláticas o relatos sencillos relativos a lo que es la "Comunicación masiva", si afecta o nó a su persona, a su familia, a su hogar, a su escuela. Dar a conocer e alumno que la comunicación masiva es un medio que ha evolucionado, y que a través del tiempo, la tecnología ha progresado por tener nuestro país: hombres que se han dedicado a desarrollar su acervo cultural en lo que ahora podemos llamarle: "Tecnología Moderna". Pues de esta manera, los niños conocen mejor que la comunicación masiva es de gran importancia tanto para ellos, como para los adultos, refiriéndose en este caso, a la llamada: Televisión, Cine, Radio, Telégrafo, Teléfono, Prensa, Teatro, Etc.; medios sin los cuales, el hombre no se podría comunicar con auditorios más amplios.

Ahora bién, es de mucha importancia también, darle a conocer a los niños en edad escolar que, de esta manera está en comunicación mediante el lenguaje; ya que esta es la forma de entenderse fácilmente y estar en constante interrelación con sus compañeros de equipo, para desarrollar cualquier actividad dentro y fuera del aula, que él debe sugerir y despojarse de ese mutismo que en muchas de las ocasiones se encierran y no manifiestan su particular modo de ser o de pensar.

Por este motivo tan determinante, he escogido este tema, para darle a conocer al niño lo que encierran en sí los medios masivos, tanto sus ventajas, como sus desventajas hacia su personalidad.

LA PASANTE: AMELIA SANCHEZ GONZALEZ.

INTRODUCCION.

Los medios de comunicación masiva han hecho que los hombres de hoy estemos en contacto con otros grupos y podamos enterarnos rápidamente de los hechos que suceden en todos los confines del planeta. Los cambios en estos dos últimos siglos han sido importantes, rápidos y numerosos y ésto se debió a los nuevos medios de comunicación más veloces y eficaces.

Por ejemplo tenemos la Televisión, ésta llegó a México hace más de veinticinco años. Desde el primer momento interesó mucho al público, porque es un medio que permite ver los acontecimientos que ocurren en todas partes del mundo en el momento en que suceden.

El televidente se sienta frente a la pantalla, mira las imágenes y oye los sonidos más variados. En la televisión presentan programas informativos, recreativos, deportivos, científicos y culturales.

El descubrimiento del Telégrafo y del Teléfono hicieron que los seres humanos pudieran tener noticias más frescas de sus semejantes, aunque éstos habitaran en lugares lejanos. Cartas, periódicos, libros, revistas, llegaban con más rapidez, las noticias circulaban con facilidad.

Una persona oye la línea de sonidos, voces, música, ruidos y con ayuda de su imaginación, construye una historia llena de detalles hasta puede ver en su mente las caras de las personas de los personajes y el color de las escenas.

Algunos programas necesitan la atención del receptor.-- Por ejemplo: "comedias", noticieros, pláticas, conferencias. Pero la mayor parte de las transmisiones sirven de fondo a las actividades de muchísimas personas.

A principio de este siglo aparecieron la Radio y el Cinematógrafo, a mediados del siglo XX ya teníamos la televisión.-- Estos tres medios sirven para mantenernos al tanto de las noti--

cias, junto a periódicos, revistas y libros. Todos ellos nos divierten, nos enseñan, nos informan, por eso debemos aprender a utilizarlos muy bien.

De acuerdo con Cloutier, los medios pueden emplear distintos lenguajes o formas de expresión para comunicar, La radio, las cintas y los discos hacen del lenguajes verbal o auditivo; - en cambio, el empleo de la imagen en la televisión, las filminas o los carteles determinan el lenguaje visual.

Si se compara una situación de comunicación con una de aprendizaje, se comprenderá que entre el proceso de la comunicación y el proceso de aprendizaje hay bastante similitud.

PLAN GENERAL DE ACTIVIDADES QUE REALIZARE EN LA ELABORACION DE MI TESIS PROFESIONAL "MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA Y SU INFLUENCIA EN LA FORMACION DE LA PERSONALIDAD DEL NIÑO", DEL CURSO DE LICENCIADO EN EDUCACION PRIMARIA; PERIODO LECTIVO: 1975-1977 BAJO LOS SIGUIENTES OBJETIVOS:

C A P I T U L O I

- 1.- Conceptos y origen de la comunicación masiva.
- 2.- Medios de comunicación masiva e individuales.
- 3.- Elementos que integran la comunicación.
- 4.- Diferentes tipos de comunicación.

C A P I T U L O II

- 1.- Definición de la personalidad del niño.
- 2.- La Infancia y sus períodos.
- 3.- Primera Infancia (de dos a siete años).
- 4.- Segunda Infancia (de siete a doce años).

C A P I T U L O III.

- 1.- Importancia que tiene la comunicación en la vida social y educativa.
- 2.- Efectos de la comunicación masiva en la vida social, cultural y económica.
- 3.- Ventajas y desventajas de la comunicación masiva en la persona del niño.
- 4.- Propósito básico de la comunicación masiva.

C A P I T U L O IV

- 1.- Conclusión.

C A P I T U L O V

- 1.- Apéndice.

H I P O T E S I S.

Los medios de comunicación masiva son propios para el progreso del pueblo.

Los medios de comunicación masiva son elementos esenciales-

en la educación.

Estos medios son para la sociedad de una importancia -- indiscutible y presentan grandes ventajas.

A C T I V I D A D E S :

- 1.- Asistencia al Seminario de Tesis programado según las instrucciones giradas por la superioridad.
- 2.- Recopilación bibliográfica.
- 3.- Análisis de Índice Documental.
- 4.- Consultar en diferentes libros lo relacionado a la historia de la comunicación masiva.
- 5.- Elaboración de fichas bibliográficas y de trabajo.
- 6.- Realización de investigación de campo como:
 - a) Entrevista a la KEVT, al Cine y a la Televisión.
 - b) Cuestionario con la finalidad de conocer en sí lo que representan los medios masivos, a los padres de familia, a mis alumnos y a otras personas.
 - c) Encuestas a Licenciados, para saber la importancia que tienen los medios masivos en la sociedad.
 - d) Dibujos que elaboraré de acuerdo a las investigaciones realizadas.
- 7.- Elaboración de trabajos en borrador.
- 8.- Elaboración de la Introducción y Prólogo.
- 9.- Clasificación de los Capítulos.
- 10.- Redacción de los capítulos con base a la estructura de la tesis.
- 11.- Revisión de los capítulos elaborados.
- 12.- Elaboración de Hipótesis, de acuerdo al análisis realizado.
- 13.- Personalidad del niño.
- 14.- Investigación de la primera y segunda infancia.

INSTRUMENTOS O TECNICAS DE TRABAJO.

Los instrumentos son los materiales que me servirán para lle-

var a cabo la elaboración de la presente Tesis y son:

- | | | |
|----------------|------------------|--------------|
| a) Libros | b) Revistas | c) Encuestas |
| d) Entrevistas | e) Cuestionarios | f) Dibujos. |

Las técnicas de trabajo son las habilidades que usamos para realizar las investigaciones necesarias, son: Técnicas de Investigación Documental y Técnicas de investigación de Campo.

ANOTACION DE REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

- a) Cortés Padrón, Francisco. Medios Educativos Audiovisuales.
- b) Banks, H. S. Curso Práctico en Radio y Televisión.
- c) Editorial Santillana, S. A. Enciclopedia Técnica de la Educación.
- d) Cazeneuve, Jean, Sociología de la Radio-Televisión.
- e) Noguez Ramírez, Antonio. Audiovisual.
- f) Schenker, René. La Televisión.
- g) Ferreri, Marco: El Cine, Arte e Industria.
- h) K. Berlo, David. El Proceso de la Comunicación.
- i) Educación Pública, Secretaría de Tecnología Educativa II y III de Licenciatura.
- j) Educación Pública, Secretaría de Tecnología Educativa I de Licenciatura.
- k) Castañeda Yañez, Margarita. Los Medios de Comunicación y la Tecnología Educativa.

C A P I T U L O I

CONCEPTO DE COMUNICACION:

Según Abraham Moles, al estudiar los fenómenos de la comunicación masiva, aportó una metodología original, fruto de la aplicación de las leyes estadísticas de la investigación estructuralista. El punto del cual parte Morse para sentar la base de su teoría de la comunicación, es la consideración del hombre como individuo profundamente relacionado con su medio ambiente, del cual ha recibido siempre los primeros mensajes comunicativos y mantiene estrecha relación con todos los elementos de la naturaleza.

Como consecuencia directa, modifica su comportamiento en función de los mensajes recibidos. "La comunicación", dice Moles, "es la acción que permite a un individuo o a un organismo, situado en una época y en un punto dado, participar en las experiencias-estímulos del medio ambiente de otro individuo o de otro sistema, situados en otra época o en otro lugar, utilizando los elementos o conocimientos que tiene en común con ellos".

Generalmente como "comunicación" se entiende: Las transmisiones de mensajes que tienen un significado específico; a las ideas, informaciones y actitudes de una persona a otra; a los mensajes de un emisor hacia un receptor.

Por lo tanto, se llama "comunicación", al proceso de transmisión y recepción de mensajes, por medio de un canal que une un lugar con otro. Correspondencias postales, telegráficas, y telefónicas.

Es un conjunto de personas que pretenden aumentar sus conocimientos sobre alguna materia o hecho.

ORIGEN DE LA COMUNICACION MASIVA.

A través del tiempo, se iniciaron los medios de comunicación y en el momento en que la difusión de ideas de aquellos grandes hombres científicos e investigadores adquirieron un carácter masivo, por medio del libro impreso. Así tenemos el:

CINE.- Este surgió en el siglo XIX como producto de diversos esfuerzos individuales, sus espectadores fueron, por una parte, los "snobs" que desearon estar al corriente de los últimos; por otra parte fue progresando rápidamente para convertirse en el verdadero destinatario de la oferta cinematográfica.

El Cine comenzó a reclutar en forma masiva, en Estados Unidos, antes que en la vieja Europa, y es lógico saber que, -- los números musicales son el cien por ciento norteamericanos.

Lo que al principio era curiosidad, pronto se convirtió en necesidad. El obrero de inicios de siglo, sobrecargado de trabajo, encuentra en el cine el recurso más cómodo y barato para olvidar sus interminables y mal pagadas jornadas laborales.

A principios del siglo XX, el cinematógrafo se convirtió en un medio de comunicación espectacularmente influyente y de mucho entendimiento familiar, el cinematógrafo aceleró el desarrollo de la llamada "cultura de la imagen".

Según ha evolucionado el tiempo, el Cine se ha desarrollado a través de una serie sucesiva de fracasos económicos, la mayoría de las veces, desde la segunda guerra mundial.

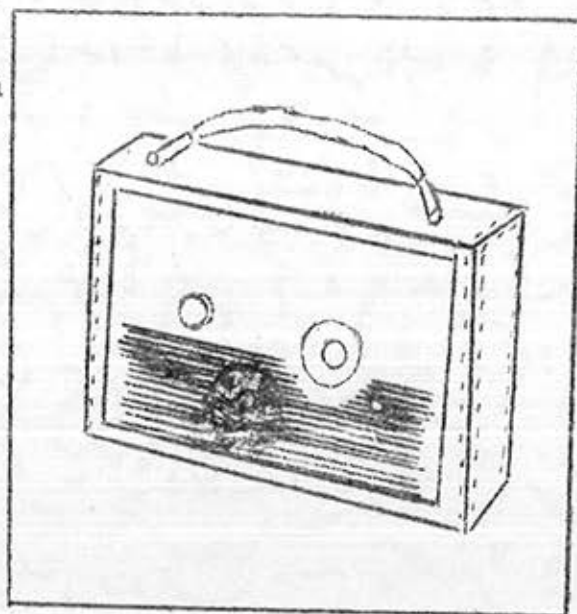
Para fomentar esta necesidad en la actualidad, los manipuladores de este nuevo mercado se han dedicado tanto a la -- creación de personajes familiares, como a la estructuración de los denominados géneros cinematográficos: (policíaco, bélico, terror, aventuras, romántico, etc.)

RADIO.- Una de las ideas que dieron lugar al invento -- de la Radio fue Guillermo Marconi, realizó este invento con el propósito de profundizar sus conocimientos en Física.

Al principio estos descubrimientos empezaron siendo distracciones hogareñas, posteriormente penetran en la escuela, con el propósito de la enseñanza "aprender escuchando".

En los Estados Unidos fue uno de los primeros países donde se inició la transmisión de programas radiofónicos para uso escolar. La primera transmisión se hizo en 1917 en la Universidad de Winsconsin. Terminando la segunda guerra mundial se dio inicio a la edad de la cultura radiofónica.

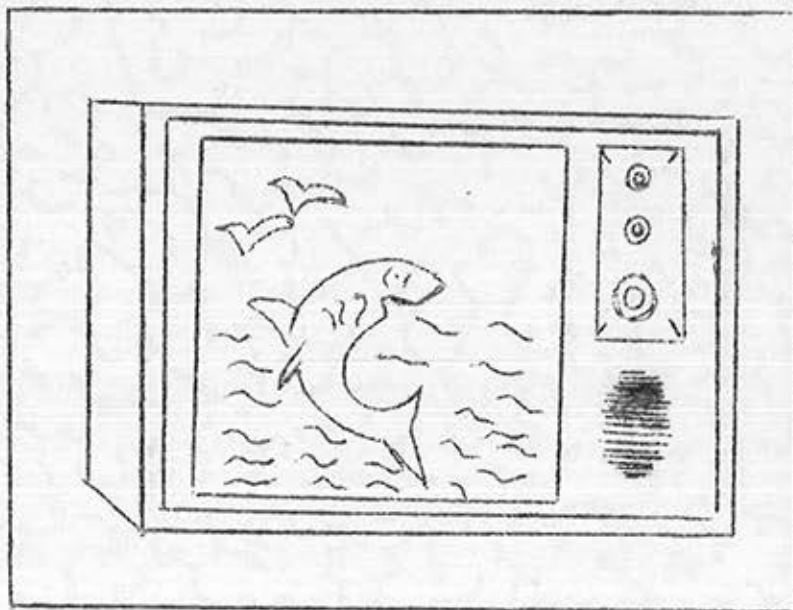
Durante el conflicto, la radiodifusión había demostrado a la sociedad su poder en materia de propaganda política.



La radio es un medio de comunicación muy importante; ya que penetra en la escuela, con el propósito de la enseñanza "aprender escuchando".

TELEVISION.- La combinación del tubo de vacío, del tubo fonoelectrico y el de altavoces, hizo posible la síntesis de sonido y visión, así como su transmisión inalámbrica.

Fueron necesarias las ideas de muchos investigadores para que el hombre pudiera contemplar imágenes paralelas de lo que hay en cualquier parte del mundo.



La televisión ha convertido a la comunicación en una de las actividades más significantes de la vida moderna.

mundo. Entre las investigaciones más importantes se cuentan las de Vladimir K. Zworykin y Philo T. Farnsworth. El primero diseñó un aparato llamado iconoscopio que funcionó como el primer ojo electrónico de la televisión. Farnsworth produjo el ortoscopio de imágenes que más tarde se perfeccionó y que es el ojo de la cámara que se usa en la actualidad.

En 1940, la televisión inició su marcha que la llevaría en 1960 al lugar más importante en la atención del público. Ha convertido a la comunicación en una de las actividades más significativas de la vida moderna. La difusión de imágenes por medio del televisor, se ha generalizado tanto, que ha absorbido o desplazado a otros medios masivos de comunicación como el Cine y el teatro.

TELEGRAFO.- Según la historia, se sabe que el primer sistema de comunicación por medio eléctrico, ha sido el sistema telegráfico Morse, es un sistema bastante práctico y se encuentra todavía en uso en su forma original. En 1784, se divulgó en Francia el sistema telegráfico de Chape llamado "correo óptico" o "sintomatógrafo", que predominó hasta mediados del siglo XIX- extendiéndose por Alemania y otros países.

En esa época una señal tardaba dos minutos en ser transmitida a lo largo de una línea de 270 kilómetros entre las ciudades de París y Lila, después de pasar por veinte estaciones intermedias.

Los primeros esfuerzos dignos de mención para transmitir señales eléctricas a través de alambres, se llevaron a cabo a mediados del siglo XVIII con los ensayos de la botella de Leyden.

Fue en los Estados Unidos con Samuel Morse (1791-1872) donde se hizo práctica la idea de transmitir señales a base de puntos y rayas que es lo que conocemos como Alfabeto Morse, el-

cual fue patentado en 1832 y con la ayuda financiera del gobierno norteamericano se tendió la primera línea entre Washington, D. C. y Maryland, una distancia de 64 kilómetros entre dichas ciudades, el primer mensaje se transmitió el 24 de mayo de 1844. Cinco años después se generalizó este invento en Europa.

Morse había partido del hecho de que, dada la lentitud de la velocidad del sonido, era más conveniente su conversión en impulso eléctrico que tiene una velocidad cercana a la de la luz para después volver a transformarlo en sonido.

La telegrafía trajo como consecuencia el perfeccionamiento de los cables, en 1843 José D'Almeida introdujo en Europa el uso de la gutapercha que luego se empleó en la fabricación del cable submarino.

Actualmente se usan aparatos muy perfeccionados como los llamados teleimpresores, que poseen un teclado y una unidad impresora, la cual se semeja a una máquina de escribir. Una consecuencia de la invención del telégrafo es la telefotografía que como su nombre lo indica, transmite fotografías a grandes distancias.

El 15 de febrero de 1972, se celebró en nuestro país el primer centenario de la introducción del telégrafo en México y el sistema GENTEX entre México y la República Federal Alemana que permite la transmisión directa y automática de los mensajes telegráficos, desde la población de origen, hasta donde debe ser recibido y entregado sin necesidad de conexiones intermedias.

TELEFONO.— Después del descubrimiento del telégrafo, el próximo paso en el desarrollo de medios de comunicación fue la invención del teléfono.

Alexander Graham Bell, logró sustituir la clave Morse por el sonido de la voz humana y que traspusiera enormes distancias a través de un cable; el 8 de octubre de 1892 pronunció las primeras palabras entre Chicago y Nueva York.

La comunicación telefónica fue inventada por Guillermo Marconi, físico italiano que en el año de 1896 solicitó oficialmente el registro de su aparato transmisor de señales eólicas de hilo.

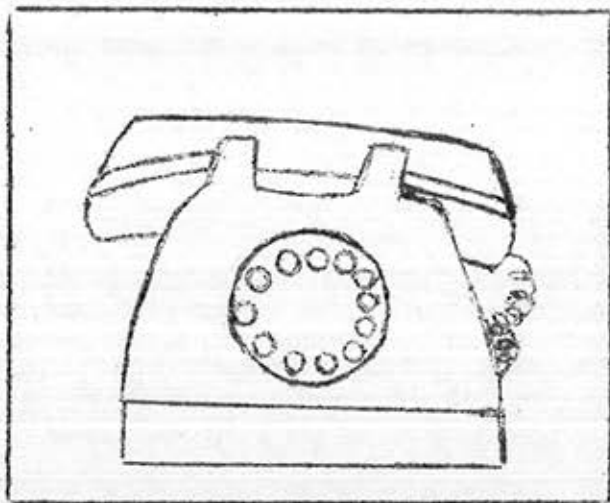
En 1898 Marconi estableció la primera comunicación inalámbrica a través del Canal de la Mancha y el 12 de diciembre de 1901 se llevaron a cabo las primeras señales trasatlánticas entre Irlanda y Terranova.

COMPUTADORAS.- Desde hace mucho tiempo, en los antiguos telares de la industria francesa del siglo XIX se había anticipado la idea de lo que sería la computación. En los telares de Basile Bouchon y Joseph Jacquard estuvo implícito el concepto que daría origen a las máquinas IBM de la actualidad.

Estos sistemas consistían en registrar el diseño deseado en una serie de instrucciones cifradas en un rollo de papel perforado o en una serie de tarjetas. Las hileras de agujas se presionaban contra el papel perforado y traducían así el mensaje: "agujero" que significa permanecer en un sitio "sin agujero", cambiar de posición.

El lenguaje binario sigue siendo la base de la comunicación de las computadoras actuales. Los expertos en el manejo de este sistema se llama "programadores" y el proceso que siguen es traducir las instrucciones a un lenguaje simbólico que se escribe electrónicamente en un vocabulario binario.

La computación ha sido un descubrimiento tan genial que ha demostrado ser un medio indispensable para llevar a cabo servicios administrativos, de investigación; recientemente, su utilidad ha llegado también al campo educativo.



El Teléfono fué inventado por Guillermo Marconi, después del descubrimiento del telégrafo.

COMUNICACION MASIVA E INDIVIDUAL

Los medios de comunicación masiva son aquellos que transmiten mensajes por medios técnicos, que son indirectos, por que los participantes se encuentran separados en tiempo y espacio. Dichas transmisiones no son enviadas a individuos específicos, sino a las colectividades, a diferentes sectores sociales, y todo tipo de auditorio, se crea una conciencia colectiva, que sirve para reforzar la conducta moral de los individuos.

La comunicación masiva es un elemento esencial en la educación, puesto que hace posible la transmisión de informaciones entre los hombres, las cuales van constituyendo, a través del tiempo, el acervo cultural de los pueblos. En base a una instrucción eficiente, se ha visto la necesidad de enriquecer los sistemas y reglas de la enseñanza y es indudable que todo instructor obtendrá nuevas y mejores perspectivas en el desarrollo de sus labores, ampliando sus conocimientos sobre comunicación, como en el caso de la radio, la televisión, el cine y otros medios masivos que son producto de la tecnología moderna.

La Radio es uno de los medios, por el cual programas de entretenimientos, discursos, noticias y deportes son traídos a millones de hogares en forma de sonido que es transmitido a través de ondas de radio. Presenta ventajas, cuando el niño aprende a escuchar y al mismo tiempo desarrolla su intelecto; pero por otro lado presenta desventajas, cuando el niño escucha programas que lo perjudican moralmente como las novelas picarescas y además esas novelas de balacera como el mentado "ojo de vidrio".

En cuanto a la televisión puedo decir que, ésta ha venido a ser uno de los más grandes factores de enajenación de los pueblos. Los mensajes son dirigidos para cada televidente; éstos por su difusión colectiva se sienten que están participando de

los acontecimientos que ven.

Por lo que se refiere al cine, es otro de los medios de comunicación que también tiene ventajas en cuanto a películas de tipo: geográfico, histórico, de formación social: en el que el niño no utiliza la violencia, sino que es todo lo contrario, presenta programas de carácter educativo donde el niño conoce el mundo que lo rodea. También puedo decir que, el cine presenta -- desventajas, en cuanto a películas en las que el niño imita asaltos, crímenes, drogadicción, etc.: no lo educa, sino que por el contrario, lo perjudica moral, social y culturalmente.

No obstante, después de hablar de estos medios de comunicación masiva, que son para la sociedad de una importancia indiscutible; tenemos también lo que es comunicación individual.

Como comunicación individual se entiende que, son aquellos mensajes e informaciones de una persona a otra; es decir, - de un emisor hacia un receptor.

Los seres humanos siempre se han comunicado ideas, técnicas, costumbres. Esta comunicación ha sido muy importante, por que gracias a ella se ha enriquecido la cultura.

ELEMENTOS QUE INTEGRAN LA COMUNICACION.

Según David K. Berlo, quien contribuyó ampliamente en el desarrollo del estudio científico de la comunicación, dice que existe el proceso de la comunicación, se requiere que alguien tenga algo que decir y con un propósito determinado. Se requiere de un EMISOR de la comunicación.

Las ideas, por ser inmateriales, tienen que traducirse a un código, el cual está formado por símbolos materiales, que expresan los propósitos del emisor en formas de MENSAJES.

Esta traducción de las ideas a símbolos es la ENCODIFICACION, el hombre puede realizar esta función gracias a sus mecanismos vocales y a sus sistemas musculares y a los de las demás partes de su cuerpo.

El emisor transmite su mensaje a través de un determinado CANAL. Este es un medio, un conducto, un portador de mensajes.

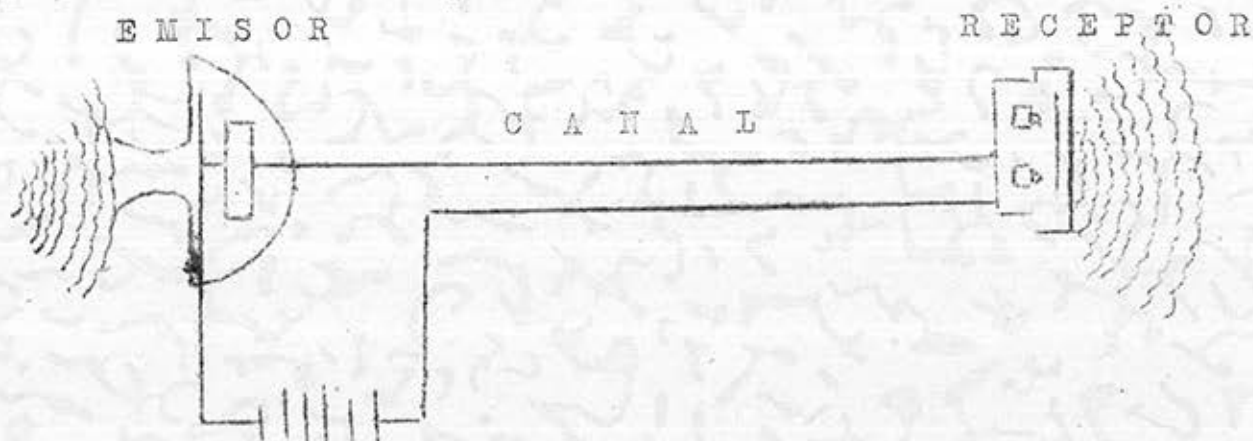
Para que haya comunicación se requiere de un RECEPTOR, de alguien a quien vaya dirigido el mensaje y que se encuentra del otro lado del canal. El mensaje debe impactar al receptor, de tal manera que éste modifique su conducta de acuerdo a los propósitos que originaron la comunicación y, si no se obtiene una respuesta por parte del receptor hacia el emisor, la comunicación no se realiza. A esta respuesta en sentido inverso se le llama RETROALIMENTACION.

Tenemos como elementos de la comunicación además, los MARCOS DE REFERENCIA que se encuentran constituidos fundamentalmente por las VIVENCIAS: es decir, por las experiencias personales, las cuales dependen del contexto geográfico y cultural de cada individuo.

Los RUIDOS también son elementos que componen la comunicación y que son deficiencias en mayor o menor grado, el ruido y la fidelidad de una comunicación son inversamente proporcionales:

a mayor ruido, menor fidelidad; a menor ruido, mayor fidelidad.

En la comunicación de persona a persona, el receptor también actúa como DECODIFICADOR de los mensajes; pero en la comunicación indirecta, como en el caso de una conversación por teléfono, el decodificador es el aparato telefónico.



El Emisor transmite su mensaje a través de un determinado Canal, para que lo escuche el Receptor que es a quien va dirigido el mensaje.

Wilbur Schramm, investigador norteamericano de los medios de comunicación en la Universidad de Illinois, para definir los elementos de la comunicación colectiva dice que, son tres elementos esenciales que exige todo proceso comunicativo:

a) "La fuente puede ser una persona que (habla, escribe, dibuja o hace gestos) o una organización informativa (un periódico, una casa editora, una estación de televisión o un estudio de cine)".

b) "El mensaje puede tomar la forma de la tinta en el papel, de las ondas sonoras en el aire, de los impulsos de una corriente eléctrica, un movimiento de la mano, una bandera que ondea, o cualquier otra señal cuyo significado puede interpretarse".

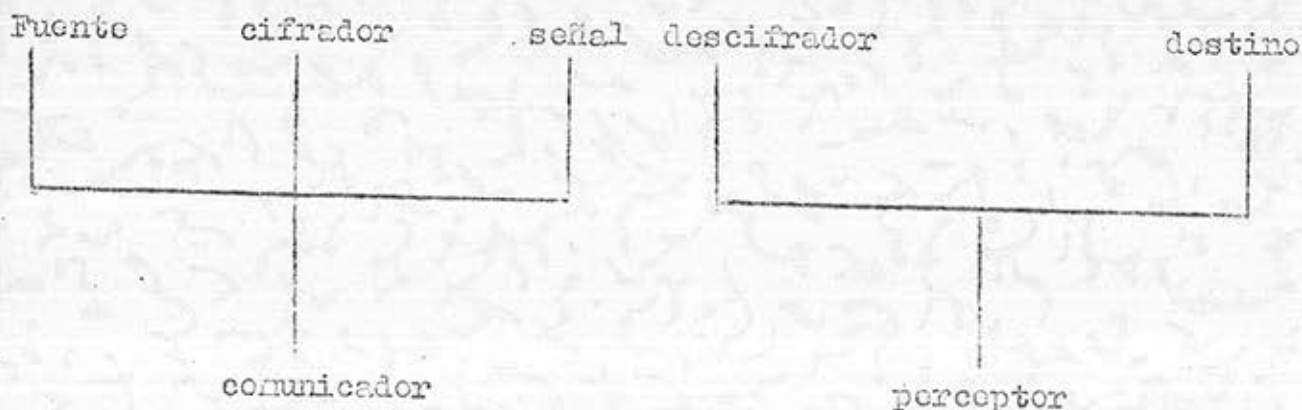
c) "El destino puede ser una persona que escucha, que observa lee; un miembro de un grupo, un grupo que discute, el auditorio de una conferencia, una multitud en el fútbol, o una turba multa; un miembro del grupo determinado que llamamos el "público receptor", como es el lector de un periódico o el que mira la televisión".

La fuente emite un mensaje cifrado o elaborado por un comunicador, éste mensaje se dirige y envía a un receptor o descifrador quien representa el destino del mensaje o de la señal emitida.

Para cifrar o descifrar un mensaje, se parte de un cúmulo de experiencias de información sobre algo, y mientras más cercanos o comunes sean los campos de experiencia del comunicador y el receptor, más eficaz será la comunicación. Los mensajes son la expresión de ideas (contenido), puestas en determinada forma.

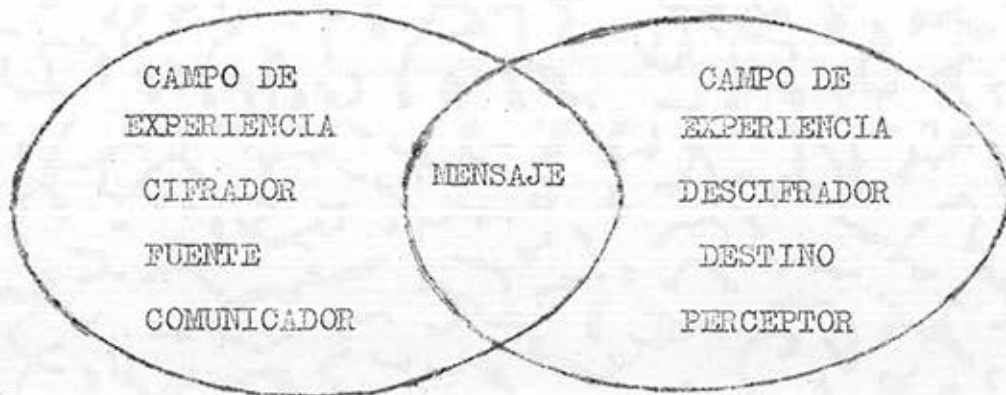
El modelo de Schramm se refiere a la comunicación humana interpersonal; en él se aprecian las funciones específicas de cada uno de los elementos: la fuente como comunicador-cifrador, - el mensaje-señal y el destino como receptor-descifrador.

En otro modelo de Schramm se integra un aspecto más en el proceso de la comunicación que será determinante para la elaboración, captación y comprensión del significado del mensaje. Los polos del proceso comunicativo son: la fuente y el destino, que se entrelazan y hacen comunes en el momento en que el mensaje emitido por la primera es captado por el segundo.



La fuente emite un mensaje cifrado o elaborado por un

comunicador, este mensaje se dirige y envía a un receptor o descifrador quien representa el destino del mensaje o de la señal emitida.



CAMPO COMUN

En este modelo se integra un aspecto más en el proceso de la comunicación que será determinante para la elaboración, captación y comprensión del significado del mensaje.

DIFERENTES TIPOS DE COMUNICACION.

Después de conocer los elementos que integran la comunicación, he llegado a la conclusión de que existen además dife^{re}rentes tipos de comunicación, de los cuales mencionaré algunos.

Comunicación escrita.- ésta se expresa mediante la --lectura de una correspondencia, de una revista, de un periódico de una carta, etc.

Comunicación visual.- ésta es expresada por medio de la descripción de un vestuario, de una casa comercial, de algún libro, de algún cartel, de una escuela, etc.

Comunicación mediante un símbolo visual; por medio --del semáforo, las flechas en la carretera, los símbolos de los paños de cualquier institución, el símbolo de no estacionarse, etc.

Comunicación hablada; ésta se puede explicar escuehan^{do} un radio, hablando por teléfono, escuchando una grabadora, --anunciando con micrófono algo, pronunciando un discurso o ha--plando con determinada persona, etc.

Comunicación por gestos; ésta comunicación se expresa haciendo un gesto amistoso con la cabeza, con la mirada, con --las manos, etc.

Comunicación de grupo; cuando el maestro organiza por equipos a su grupo, o algún otro pequeño grupo de personas para tal fin, etc.

Comunicación consigo mismo; ésta comunicación se lle--va a cabo con un problema personal no resuelto.

Comunicación por medio de la acción; ésta clase de co^municación se expresa cuando se ven los movimientos ágiles de --una persona.

Comunicación química; ésta se lleva a cabo cuando se-

siente el olor agradable de una comida, de alguna flor, o algún mal olor.

Comunicación por medio del tacto; cuando se examina con las manos algún objeto.

Comunicación por medio de la palabra impresa; se expresa cuando alguien lee un periódico, una carta, un libro, una revista, etc.

C A P I T U L O II

PERSONALIDAD DEL NIÑO.

Refiriéndome a lo que es "personalidad del niño", puedo decir que; según Allport, personalidad es: "La organización, dinámica dentro del individuo, de aquellos sistemas psicofísicos que determinan su ajuste característico al medio".

José Peinado Altable define la personalidad como: "El resultado de la actividad integrativa" y al darse esta definición, afirma que el niño tiene personalidad desde las primeras semanas de vida.

Freud describe la personalidad como: "El resultado de la lucha entre las tendencias básicas (Ello) y la sociedad; pero vista ésta como resultado introyectado".

Es el signo que distingue a cada individuo; es lo peculiar, lo único y lo que determina que no haya un individuo idéntico a otro. "Es la organización dinámica individual de aquellos sistemas psicofísicos que determinan su singular adaptación al ambiente".

"Es una colección abstracta de tendencias de respuestas (innatas o aprendidas), imposibles de observar directamente que producen las respuestas (o parte de respuestas) que son peculiares del individuo.

"Es un conjunto de rasgos intelectuales, afectivos, volitivos y morales de un individuo, en constante interacción, unos con otros; es decir, organizados en sistemas" "Es la suma total de todas las disposiciones, impulsos, tendencias, e instintos biológicamente innatas del individuo y las disposiciones y tendencias adquiridas.

"Es un conjunto de factores que determinan, tanto la manera de ser, como la de adaptarse al medio". "Es un patrón característico del comportamiento a través del cual el individuo se ajusta a su ambiente, especialmente al social". "Es la mane-

ra habitual del organismo de adaptar sus impulsos egocéntricos - a las exigencias del ambiente".

"Es pues la personalidad: "Un sistema de equilibrio - que no dura, que se transforma constantemente, es una función - equilibradora".

LA INFANCIA Y SUS PERIODOS.

Se considera a la infancia como una fase en un proceso evolutivo, de la vida humana. Es el período que va del nacimiento a la adquisición del lenguaje y que está marcado por un desarrollo mental extraordinario. Se ignora a veces su importancia; ya que no va acompañado de palabras que permitan seguir paso a paso el progreso de la inteligencia y de los sentimientos, como sucederá más tarde. La evolución psíquica ulterior del niño consiste en una conquista, a través de las percepciones y los movimientos prácticos que lo rodean.

En el momento del nacimiento, la vida mental se reduce al ejercicio de aparatos reflejos; es decir, de coordinaciones sensoriales y motrices de forma absolutamente hereditaria que corresponden a tendencias instintivas tales como la nutrición. Estos reflejos aprueban las existencias de una asimilación sensori-motriz precoz.

Ahora bien, toda conducta supone unos instrumentos o una técnica: los movimientos y la inteligencia. Pero toda conducta implica también unos móviles y unos valores finales (el valor de los objetivos): los sentimientos. La afectividad y la inteligencia son pues, indisolubles y constituyen los dos aspectos complementarios de toda conducta humana.

La infancia se concibe en nuestros días como una fase con individualidad propia dentro de la vida humana.

FUNCION DE LA INFANCIA .- La infancia no debe ser considerada como un estado imperfecto en sí, aunque haya de terminar en una fase distinta.

Según Claparède dice que: "Por el hecho de no ser todavía una rana un renacuajo no es un ser imperfecto. No hay duda de que si se le compara con lo que llegará a ser un día, se encontrará que le faltan muchas cosas, como los pulmones, las -

patas y otras más; pero si se le considera desde el punto de --
vista del renacuajo, es un ser perfecto: sus branquias están --
perfectamente adaptadas a su condición actual, que consiste en --
vivir en el agua, y en este momento las patas no le servirán --
más que de estorbo; incluso le serían funestas invitándolo a sa --
lir de su medio ambiente, antes de tener los pulmones que le --
permitieran afrontar la vida al aire libre".

Del mismo modo, el niño está perfectamente adaptado --
para vivir su vida infantil. La infancia tiene su función bio --
lógica peculiar.

"Se oyen lamentaciones sobre el estado de la infancia
y no se ve que la raza hubiere perecido **si** (cada hombre) no hu --
biera empezado por ser niño", dice Rousseau en la primera página --
del "Emilio", Es el filósofo ginebrino seguramente, el primero --
que se ha preocupado del por qué de la infancia, de cuál sea su --
función biológica, habiendo llegado incluso a dar una respuesta --
tan satisfactoria a esa pregunta, que las que se proponen hoy --
en día casi no hacen más que desarrollar y precisar, gracias a --
las adquisiciones posteriores de la ciencia.

Antes de Rousseau, y aún después de él, se tenía el --
concepto de que los individuos, para llegar a un estado perfec --
to, tienen que recorrer cierto trayecto, como lo hace la flecha --
desde el arco al blanco. Y que el trayecto (tal categoría daban --
a la infancia) no tenía ningún valor.

La infancia es útil para el individuo, porque es un --
período de plasticidad eminentemente propicio al desarrollo so --
mático y psíquico. Por esto es hoy un concepto comunmente acep --
tado que cuanto más plenamente haya vivido el niño todas las --
etapas de su vida infantil, más posibilidades de alcanzar una --
vida plena de adulto tendrá.

Resumiendo lo anterior, podría decir que la infancia --

es: Una etapa necesaria en la vida humana, cuya función biológica es por su característica plasticidad: permitir una plena evolución de todo lo que el niño encierra como posibilidad.

PERIODOS DE LA VIDA INFANTIL.- En relación con la evolución de los intereses; tomando como base la evolución de los intereses infantiles; es decir, con un criterio psicológico y fijándose también en fenómenos de índole fisiológica, la vida humana ha sido dividida en los siguientes períodos:

Período que va del nacimiento a la adquisición del lenguaje y que está marcado por un desarrollo mental extraordinario.

La infancia se subdivide generalmente, en las subfases siguientes:

Período de los intereses preceptivos, motores y glósicos (del nacimiento a los dos años).

Período de los intereses concretos (de los dos a los siete años).

Período desde los siete a los doce años; o sea el período de los intereses abstractos.

PRIMERA INFANCIA DE LOS DOS A LOS SIETE AÑOS.

Con la aparición del lenguaje, las conductas resultan -- profundamente modificadas, tanto en su aspecto afectivo, como -- en su aspecto intelectual. Además el niño adquiere gracias al -- lenguaje, la capacidad de reconstruir sus acciones pasadas en -- forma de relato y de anticipar sus acciones futuras mediante la -- representación verbal; es decir, el niño al mirar el cine o la -- televisión puede relatar esas acciones que ha mirado, inclusive -- si fue una película que le atrajo, con más entusiasmo la relata.

Para el desarrollo mental del niño, existen tres conse- cuencias esenciales: 1o. Un intercambio posible entre indivi- # duos; es decir, el inicio de la socialización de la acción; 2o. Una interiorización de la palabra; es decir, la aparición del -- pensamiento, que tiene como soportes el lenguaje interior y el -- sistema de los signos; y por último, y sobre todo, una interio- rización de la acción perceptiva y motriz que era hasta este mo- mento, ahora se puede reconstruir en el plano intuitivo de las -- imágenes y de las experiencias mentales.

Desde el punto de vista afectivo, esto viene a traer -- una serie de transformaciones paralelas: desarrollo de los sen- timientos interindividuales (simpatía y antipatías, respeto, -- etc.) y de una afectividad interior que se organiza de forma -- más estable que durante los primeros años. El resultado más cla- ro de la aparición del lenguaje es que, permite un intercambio -- y una comunicación entre los individuos.

Hasta los siete años, los niños no saben discutir en- tre sí y se limitan a confrontar sus afirmaciones contrarias. -- Cuando tratan de darse explicaciones unos a otros, les cuesta -- colocarse en el lugar del que ignora de qué se trata, y hablan -- para sí mismos. Y sobre todo, trabajando en una misma habita- -- ción o sentados a la misma mesa, hablan cada uno para sí y, sin

embargo, creen que se escuchan y se comprenden unos a otros. -- Cuando preguntamos algo a los niños de menos de siete años, nos sorprende siempre la pobreza de sus pruebas, su incapacidad de fundar las afirmaciones, e incluso su dificultad para reconstruir la forma en que han llegado a ellas. Asimismo el niño de cuatro a siete años no sabe definir todo lo que ve en el cine o en la televisión por ejemplo; y se limita a designar los objetos correspondientes o a definir por el uso, en este caso el niño a esta edad se reúne con sus compañeros para jugar y emplea cualquier palito como pistola y como caballo también; es decir, que el niño imita casi todo lo que ve en las películas y lo que escucha por radio.

Es interesante registrar en niños de dos a siete años todo lo que dicen y hacen durante varias horas, a intervalos regulares, desde el punto de vista de las relaciones sociales fundamentales.

Para saber cómo piensa espontáneamente el niño pequeño, es necesario inventariar y analizar las preguntas que hace, casi siempre que habla. A partir de los tres años y a veces antes, aparece una forma esencial de preguntar, que se multiplica hasta aproximadamente los siete años: los famosos "por qué" de los pequeños, a los que tanto cuesta a veces al adulto responder.

El análisis de cómo el niño pequeño hace las preguntas demuestra claramente el carácter todavía egocéntrico de su pensamiento. Toda la casualidad, que se desarrolla durante la primera infancia, participa de los caracteres de indiferenciación entre lo psíquico y lo físico y de egocentrismo intelectual.

La moral de la primera infancia en efecto, no deja de ser heterónoma es decir; que sigue dependiendo de una voluntad

exterior que es la de los seres respetados (los padres).

A través de la imitación que el niño pequeño ha tenido, ya bien sea con los medios comunicativos antes mencionados, o con sus mismos compañeritos, se va creando hábitos de juegos y de imaginación con una actitud espontánea de su pensamiento, que afirma sin pruebas y asimila lo real y llega a deformar la realidad y doblegarla a sus deseos. A esto se ha llamado la "pseudo-mentira" de los pequeños.

INTERES.- La existencia del interés es una de las condiciones principales para la actitud creadora en el trabajo. El aprendizaje y la enseñanza deben tener de base los intereses que ya posee el niño; pero, a la vez, es preciso despertar y estimular a nuevos intereses, especialmente para el estudio y el trabajo.

El niño, desde pequeño, comienza a tener "interés" por actividades que tendrá que realizar después (le gusta el automóvil, la máquina, el tren de juguetes, ver el cine, la televisión), éstos últimos todavía no los entiende, solamente por las actividades que ve en ellos. El interés amplía las perspectivas, el criterio, la iniciativa, especialmente en el trabajo técnico o profesional.

Existen, por la forma como se presentan, dos clases de intereses:

1.- Los intereses temporales o situacionales.- Son el resultado de situaciones o vivencias en que se actúa. Ejemplo, el niño se interesa en un juego que le agrada, en un relato de aventuras en la selva, en un programa como: caricaturas, Cepillín y otros programas actuales.

2.- Intereses permanentes.- El interés constante por viajar, conocer y descubrir lo nuevo; el interés en la vida artística o científica; el interés por la comodidad material, etc.

ATENCIÓN.- La atención es una concentración mental hacia uno y otro aspecto de la realidad. Es una función activa de todos nuestros órganos. La condición fundamental para que aparezca y se desarrolle la atención involuntaria en los niños de edad escolar, es la existencia de "interés y emoción" por el proceso del aprendizaje, para lo cual es necesario lo siguiente.

- 1.- Material didáctico adecuado.
- 2.- Enseñanza audiovisual.
- 3.- Trabajo de experimentación.
- 4.- Ejemplos basados en la vida real de los escolares
- 5.- Organizar sus percepciones.

SEGUNDA INFANCIA DE SIETE A DOCE AÑOS.

La edad de siete años que coincide con el principio de la escolaridad del niño, marca una firmeza decisiva en el desarrollo mental.

Desde el punto de vista de las relaciones interindividuales, el niño después de los siete años adquiere en efecto, cierta capacidad de cooperación dado que ya no confunde su punto de vista propio con el de los otros, sino que los disocia para coordinarlos.

Las discusiones se hacen posibles, con lo que comportan de comprensión para los puntos de vista del adversario, y también con lo que suponen en cuanto a la búsqueda de justificaciones o pruebas en apoyo de las propias afirmaciones. Las explicaciones entre niños se desarrollan en el propio plano del pensamiento, y no sólo en el de la acción material.

En cuanto al comportamiento de los niños, se observa después de los siete años un cambio notable en las actividades sociales, manifestadas por ejemplo: en los juegos con reglamentos. En el curso de la primera infancia, los niños de cuatro a seis años intentan imitar el ejemplo de los mayores. Sin embargo, los niños de siete años presentan un doble progreso en su vida; es decir, han llegado a un principio de reflexión. En lugar de las conductas impulsivas de la pequeña infancia, que ven acompañadas de credulidad inmediata y de egocentrismo intelectual, el niño a partir de los siete años piensa antes de actuar y comienza a conquistar así esa difícil conducta de la reflexión. Una reflexión es una deliberación interna; es decir, una discusión consigo mismo análoga a la que podría mantenerse con contradictores reales o exteriores. Puedo decir que, la "reflexión" es una conducta social de discusión, pero interiorizada (como el pensamiento mismo, que supone un lenguaje interior).

El niño de siete años comienza a liberarse de su egocentrismo social e intelectual y adquiere, por tanto, la capacidad de nuevas coordinaciones que habrán de presentar la mayor importancia para la inteligencia y para la afectividad. En el período escolar que comienza el niño, tiene que ejercitar perfectamente sus funciones mentales de elaboración (comprensión, juicio, razonamiento, análisis y generalización); es decir el niño a esta edad ocupa una situación intermedia entre la familia y la sociedad.

Al llegar a los ocho años o diez, el niño asimila en gran medida los modos de pensamiento lógico y abandona los mágicos o prelógicos de la etapa anterior. Quiere decir ésto que, el escolar ha llegado a lo que tradicionalmente se llama "uso de razón".

La afectividad de los siete años doce años se caracteriza por la aparición de nuevos sentimientos morales y, sobre todo, por una organización de la voluntad.

Es entonces que a esta edad, el niño ha llegado a comprender no en una forma general, pero sí algo más de lo que antes no podía razonar acerca de todo lo que él observa en los medios de comunicación masiva, por ejemplo los programas que escucha en la radio, en la televisión, en las películas que observa en el cine, las noticias, los reportes e informaciones que lee en los periódicos, todo esto lo explica el niño porque lo ha llegado a comprender, también los temas que estudia en sus libros de texto o en otros libros de consulta.

Hemos llegado a descubrir que, a partir de los siete años, el niño es capaz de construir explicaciones atomísticas, y ésto es en la época en que comienza a saber contar, y así entiende con más interés o espontaneidad a aquello que satisface sus tendencias temperamentales.

MEMORIA.- El desarrollo de la memoria tiene gran utilidad en el aprendizaje del niño, comprende cuatro fases: desarrollo, integración, organización y equilibrio.

El organismo en general está en continuo crecimiento. Aunque el desarrollo físico y psíquico hayan alcanzado el máximo, en el organismo se desarrollan nuevas células y nuevas pautas psíquicas a lo largo de toda la vida. El desarrollo de la memoria en el niño puede continuar, aunque interrumpa la actividad. En la edad escolar, el desarrollo de la memoria continúa bajo la influencia de una enseñanza y educación sistematizadas. Se refuerza el papel de la fijación intencionada en la memoria y se desarrolla con mayor rapidez la memoria verbal, lógica y abstracta.

La memoria, lo mismo que la atención, no puede ser valoradas con relación a la frecuencia o duración, sino de acuerdo con los intereses de la persona. Muchos niños conservan la memoria de una cosa más fácilmente mediante imágenes visuales, otros por imágenes auditivas; otros más por medio del sentido kinestético, el movimiento y el ritmo.

La memoria infantil se caracteriza por ser de tipo objetivo; es decir, debido a la falta de conceptos generales su memoria se apoya en la percepción de las relaciones concretas entre los objetos. La memoria racional en el niño, se perfecciona y se desarrolla con el lenguaje, a medida que se enriquece su experiencia.

La integración se manifiesta en el recuerdo, la eliminación, el olvido. Si el recuerdo es la perduración actual de un momento pasado, el olvido es la desaparición actual y temporal de un fenómeno psíquico. De la misma manera que la integración es dirigida por el interés y factores emocionales en forma positiva, el olvido es orientado por los mismos elementos, pero

en sentido negativo.

IMAGINACION.- En cuanto a la imaginación puedo explicar que, imaginación es: la creación de imágenes en forma nueva la representación de ideas que después se transforman en cosas materiales o en actos prácticos del hombre. Es una función específica humana que ha aparecido y se ha desarrollado en el proceso del trabajo. Todo proceso de imaginación está estrechamente ligado a la práctica, que permite concentrar y hacer más exacta las concepciones y ayuda a realizarlas objetivamente. Además la imaginación está también ligada a las características de la personalidad, los intereses, las capacidades, los conocimientos, los hábitos del individuo. Se divide en imaginación representativa e imaginación creadora.

La representativa es la que considera algo nuevo para el individuo, basada en la descripción verbal o en forma condicional, (mediante dibujos, esquemas, notas, musicales, etc.).

La imaginación en la actividad creadora; es la función en virtud de la cual se obtienen productos nuevos, originales, hechos por primera vez. Por ejemplo: la invención de una nueva máquina, el descubrimiento de un nuevo método para obtener una nueva variedad de plantas o animales, o de nuevas leyes científicas. La actividad creadora está motivada por la necesidad de satisfacción de uno u otro nuevo objeto.

La imaginación en el niño es determinada por sus "pasadas experiencias" repitiéndolas o transformándolas. La vida emocional de agrado o desagrado de las cosas, influye determinantemente en su mundo imaginativo.

Entre los tres y seis años, la imaginación está más dirigida a un fin determinado; el niño empieza a planificar, proyecta de acuerdo con la realidad, lo cual pone en sus juegos y en la selección de que para ellos hacen de los objetos; ya que és-

tos deben ser apropiados; a esta edad la imaginación tiene gran importancia en la actividad lúdica y constructora (diversos -- juegos, dibujo, modelado, construcción en general).

La actividad creadora del escolar, se basa en los conocimientos especiales que tiene, y por eso es más perfecta; pero al mismo tiempo, limita su imaginación.

PENSAMIENTO.- En lo que se refiere al pensamiento puede decir, que, pensamiento es: "la explicación generalizada de la realidad en el cerebro humano realizada por medio de la palabra, así de los conocimientos que ya se tienen, y ligada con el conocimiento sensorial del mundo y la actividad práctica del -- hombre".

El desarrollo del pensamiento en los niños de edad escolar no solamente amplía el horizonte mental y da muchos conocimientos nuevos, sino que, además presenta nuevas exigencias -- al pensamiento y forma los procesos racionales. El escolar asimila "sistemas de conceptos".

Al fin de la escolaridad primaria, los alumnos tienden a buscar la explicación casual de los fenómenos reales. Fundamentan mejor sus juicios. Crece su capacidad crítica. Se refuerza el pensamiento con un fin.

En los primeros años de la vida, el niño piensa únicamente al mismo tiempo que actúa en la práctica, manipulando objetos; después realizará cualquier nueva operación mental sólo con ayuda de actividades prácticas, y será ulteriormente cuando aprenderá a realizarlas sin apoyarse en la actividad prácticas, y será ulteriormente cuando aprenderá a realizarlas sin apoyarse en la actividad práctica.

Aunque en el proceso del pensamiento el niño va más allá de la percepción, no altera la realidad, sino que, por el contrario, la va conociendo con más exactitud y profundidad. --

Al descubrir lo general que existe en los objetos y fenómenos, conoce lo fundamental de ellos, su "esencia"; ejemplo: lo esencial o la esencia de todas las lámparas (a pesar de que varíen en sus propiedades es que sirven como fuente de luz).

Desarrollo de la expresión.- Hacia la mitad del segundo año, el vocabulario infantil, hasta entonces muy pobre, se enriquece rápidamente. "El niño se suelta a hablar".

Al principio, el niño comete muchos errores al hablar. Las palabras tienen para él una significación personal.

Piaget dice que, en niños comprendidos entre cuatro y siete años, la proporción del lenguaje egocéntrico y el lenguaje total es de un 45% con una variación media de 0.05, correspondiendo el resto al lenguaje socializado.

Hacia los tres o cuatro años, gran número de palabras empleadas por el niño tienen un sentido por él desconocido, o casi desconocido. Durante este período el niño, posee más palabras que conceptos. En el tercer año el niño adquiere las palabras expresivas de tiempo, causa, finalidad e hipótesis: "cuando", "porque", "para qué", "sí".

En el niño está la palabra más cerca de la acción y del movimiento que en nosotros. Podemos decir entonces que: el niño está obligado a hablar actuando; a veces las cosas se invierten y el niño no habla para acompañar la acción, sino que, invirtiendo la relación, utiliza las palabras como motor de ésta. Al placer de hablar añade el niño el de atraer el interés sobre su propia acción, sobre su propio pensamiento.

LA AFECTIVIDAD, LA VOLUNTAD Y LOS SENTIMIENTOS MORALES.

Estas observaciones permiten comprender las transformaciones profundas que sufre la afectividad de la segunda infancia se caracteriza por la aparición de nuevos sentimientos morales y, sobre todo, por una organización de la voluntad, que desembocan en una mejor integración del yo y en una regulación más eficaz de la vida afectiva.

Podemos ver cómo los primeros sentimientos morales derivan del respeto unilateral del niño pequeño hacia sus padres o hacia el adulto, y cómo ese respeto comporta la formación de una moral de obediencia o de heteronomía. El sentimiento nuevo, que interviene en función de la cooperación entre niños y de las formas de vida social a que da lugar consiste esencialmente en un respeto mutuo. Este respeto conduce a nuevas formas de sentimientos morales, distintas de la obediencia exterior inicial.

Un producto afectivo particularmente notable del respeto mutuo es el sentimiento de la justicia, sentimiento que es muy fuerte entre camaradas y que marca las relaciones entre niños y adultos hasta modificar a menudo el trato hacia los padres.

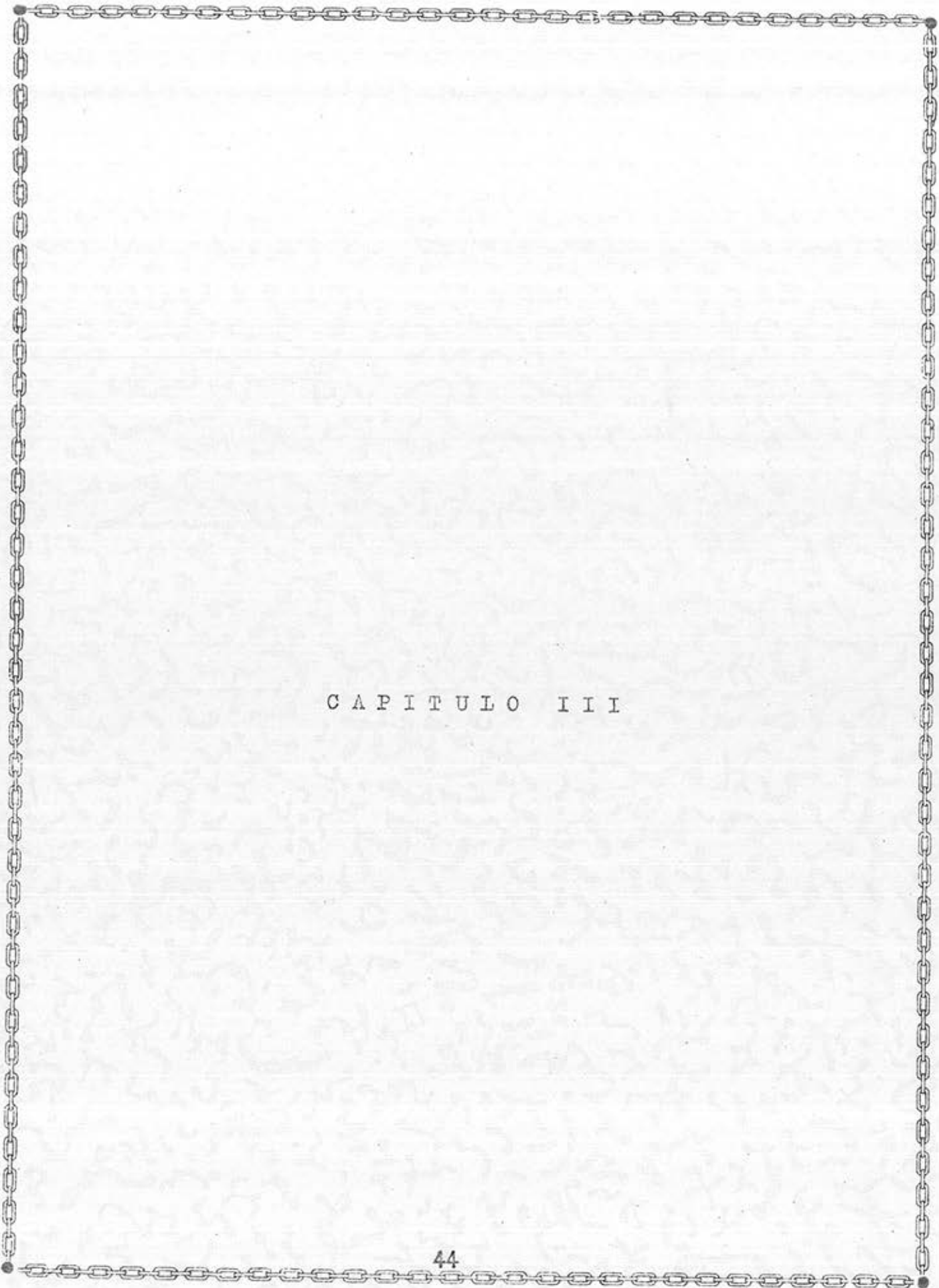
El respeto mutuo que se diferencia gradualmente del respeto unilateral conduce a una organización nueva de los valores morales.

La honradez, el sentido de la justicia y la reciprocidad en general constituyen, en efecto, un sistema racional de valores personales. A medida que estos se organizan, vemos que se constituyen regulaciones, cuya forma final de equilibrio no es otra que la voluntad.

Voluntad es, pues el verdadero equivalente afectivo de las operaciones de la razón. Ahora bien, la voluntad es una función de aparición tardía. Por ejemplo: un niño que persevera siempre hasta conseguir sus objetivos, que tiene mucha voluntad. Se dirá-

sobre todo, si emplea su energía en hacer lo contrario de lo que desearía hacer.

Según Janes y Claparede dicen que, la voluntad es inútil - cuando se tiene ya una intención firme



C A P I T U L O I I I

IMPORTANCIA QUE TIENE LA COMUNICACION MASIVA EN LA VIDA SOCIAL Y EDUCATIVA

La importancia por la comunicación masiva en la vida social y educativa, ha producido muchos intentos que han logrado grandes investigaciones tecnológicas. Algunos son de mayor utilidad que corresponden más que otros al estado actual de los conocimientos acerca de la comunicación masiva. Según Aristóteles, se pueden considerar tres componentes en la comunicación: el orador, el discurso y el auditorio; es decir, la persona que habla, el discurso que se pronuncia y la persona que escucha.

Sin embargo hubieron otros científicos de la conducta que describieron que el modelo de Shannon-Weaver resulta de mucha importancia para describir la comunicación humana. Este dijo que los componentes de la comunicación incluyen: una fuente, un transmisor una señal, un receptor y un destino; es decir, una teoría compatible a la Aristotélica.

Toda comunicación humana tiene alguna fuente; es decir, alguna persona o grupo de personas con objetivo y una razón para ponerse en comunicación y un propósito por el cual comunicarse. El propósito de la fuente tiene que ser expresado en forma de mensaje. En la comunicación humana un mensaje puede ser considerado como conducta física: traducción de ideas, propósito e intenciones en un código, en un conjunto de símbolos.

Las fuentes y los receptores de la comunicación deben ser sistemas similares, si no lo son, la comunicación es imposible.

El periódico es un ejemplo de una red de comunicación; se especializa en interpretar la información recibida de un grupo de fuentes y transmitirlos, interpretada a otro grupo de receptores. A través de la página editorial, el diario origina mensajes, transmite información original a su público lector. En la vida cultural la comunicación tiene vital importancia, porque es el medio por el cual nos podemos comunicar unos con otros.

La influencia del periódico se extendió a grandes sectores de la población y su misión se dividió en dos grandes ramas: la información y la orientación, en este momento, los conceptos de opinión pública y de libertad de prensa, adquirieron un carácter fun-

damental en el desarrollo de la vida social.

A través del tiempo, la revolución tecnológica y el autodesarrollo de la fuerza trabajadora han llegado a tener una gran importancia en la especialización de la comunicación masiva. El público considera hoy a la industria como una institución social; es decir, con una responsabilidad social. Todos los departamentos industriales pueden ser llamados de comunicación. Su principal tarea es la elaboración y difusión de mensajes destinados a "captar" historias empresariales laborables.

En lo que respecta al cine, éste tiene mucha importancia para la sociedad, pues se extendió con gran rapidez por todo el mundo teniendo mucha influencia como entretenimiento. En 1922 la concurrencia semanal a las salas cinematográficas de los Estados Unidos alcanzaba la cifra de 40 millones de personas; sin contar con los llamados "teofilms" que incluye la televisión en sus programaciones. En la mayoría de las ocasiones los muchachos y las muchachas tienen una información cinematográfica deficiente, con lo que se encuentran indefensos ante todo tipo de problemas morales, sociales, psicológicos que el cine plantea. De ellos derivan una serie de efectos que produce el cine; sobre todo en los espectadores de corta edad.

Del telégrafo puede decir que, es otro de los medios de comunicación que, para la sociedad humana es de una significación importantísima, pues anteriormente los pueblos rojos, para transmitir sus mensajes, utilizaban un ingenioso sistema a base de señales de humo.

El telégrafo da ocupación a nuestro país a 12 000 personas. En el Distrito Federal, se despachan diariamente 170 000 mensajes y se hacen giros por valor de 7 mil millones de pesos anualmente. En nuestro país el servicio telegráfico lo proporciona el Estado, a diferencia de lo que ocurre en otras naciones.

LA TELEVISION COMO MEDIO DE ENAJENACION.-- La televisión constituye, así como la industria cultural, un medio específico de producción ideológica que funciona como íntimo y poderoso aliado de la explotación y la dominación capitalista. La explotación a que contribuye la televisión engendra su misión, esclavitud in-

consciente y lealtad hacia el sistema de explotación material al que pertenezca. Para lograr su objetivo deberá ser trivial, masiva, deformante y marginante.

Trivial, porque procura mantenerse al margen del acontecer real, verdadero, no lo negará, pero lo distanciará aún más, lo deformará lo más que pueda, evitará, haciendo lo imposible, por caer en los análisis o informaciones profundas o de contenido. Consecuentemente, será evasiva, porque pretenderá crear condiciones siempre bonancibles para las peores catástrofes, creará patrones, etc., siempre evitando caer en lo verdadero. Así, será deformante, porque tergiversará (deformará) los hechos, dará otro enfoque, optimista, desde luego, a las crisis, para que se les considere como "naturales". Por último será marginal, -- pues dará datos escuetos, sonoros y convenientes.

Además de hipnotizar, la televisión, mediante técnicas -- perfeccionadas manipula directamente a las gentes. Puede comprenderse que el principal elemento será la búsqueda o persecución -- de un mundo ensñado, irreal y fantástico.

El lenguaje es también deformando, con la consecuencia de que el hombre de escasa cultura se apresurará a repetirlo en el momento que lo oiga.

Podemos ver con esto que la industria de los medios de comunicación es cultural, y que usada en un sentido inverso a la actual podría servir de vehículo para la superación cultural de los hombres.

EFFECTOS DE LA COMUNICACION MASIVA EN LA VIDA CULTURAL, SOCIAL Y ECONOMICA.

Sabemos perfectamente que el hombre para comunicarse necesita del lenguaje, el cual tiene diferentes manifestaciones. Para expresar el mensaje que desea, puede hacer uso del lenguaje mímico, pictográfico u oral. El primero lo emplea para expresar o comunicar una actitud, como es el caso de un agente de tránsito para dar las señales correspondientes, la luz roja del semáforo, la luz verde, el lenguaje pictográfico está en forma de grabado y el lenguaje oral que está compuesto por elementos articulados. Los tres son medios de comunicación; pero el que mejor entendemos es el lingüístico, por ser el más eficaz sistema para manifestar nuestro pensamiento a los demás. Considero que una lengua como medio de comunicación, no es una serie de elementos separados, sino un sistema en que cada parte está trabada íntimamente con todas las demás.

La comunicación se ha hecho popular, es usada corrientemente para designar problemas de relación entre la clase obrera y la clase directiva; entre los países y entre la gente en general. Algunos de los usos que se hacen del término "comunicación", se refieren a distintas maneras de enfocar estos problemas. Esta palabra (comunicación) también se ha vulgarizado dentro del ámbito universitario. Algunas universidades han creado un departamento o colegio de "comunicación" para manejar el nuevo tipo de acercamiento disciplinario descrito anteriormente.

Fuera del terreno académico, la revolución tecnológica -- que se refiere a la comunicación, ha creado, o más bien ha desarrollado una mayor necesidad de gente competente en comunicación. Los periódicos, las revistas, las escenas, han sido largo tiempo el mercado del "comunicador" profesional. Este mercado se ve ahora recargado por la necesidad de dibujantes publicitarios, asesores de relaciones públicas, productores o directores de radio, televisión y filmes, expertos audiovisuales, etc.

Es fácil señalar las diferencias que existen entre un di-

bujante publicitario, un experto audiovisual y un pulsador de la opinión pública. Pero a la vez, un mismo proceso básico sustenta el trabajo de todos estos profesionales y los une en forma significativa. Cada uno de ellos es responsable de la creación, entrega o imposición del "impacto" de los mensajes destinados a tener un efecto, sobre uno o varios públicos.

Otras de las características de los medios masivos son -- dos grandes funciones sociales y una disfunción.

Las funciones sociales son en primer término: función de conferir prestigio; esto quiere decir, que la posición social de personas, acciones o grupos se ve prestigiada y enaltecida cuando consigue atraer la atención favorable de los medios; en segundo término: función de reforzar las normas sociales, al dar publicidad a las conductas desviadas se acorta la distancia entre la moralidad pública y las actitudes privadas, ejerciendo presión para que se establezca una moral única.

Disfunción narcotizante.- Este tipo de características -- consiste en que los medios disminuyen el tiempo dedicado a la -- acción organizada; el hombre "informado" tiende a considerarse -- participante, cuando en realidad no desarrolla acción social alguna: conoce los problemas, pero no actúa para resolverlos.

Según Paul Lazarsfeld dice que, los medios de comunicación masiva representan un nuevo tipo de control social que viene a -- sustituir sutilmente el control social que antes ejercía y que -- ya la sociedad moderna no tolera; que son los causantes del conformismo de las masas; que deterioran el nivel de la cultura popular, alimentando gustos vulgares.

La Profesora y Dra. Maccoby dice que: hace poco más de -- una década, que el aparato de televisión se convirtió en parte -- del mensaje de casi todas las casas norteamericanas. En este -- corto tiempo, la televisión ha producido grandes cambios en las vidas de los niños.

Cuando se inició la televisión, los optimistas creían que educarían a los niños, dándoles una oportunidad para aprender --

acerca de las ciencias y acerca de la vida humana en otras tierras, en una forma tan fascinante, que el proceso de aprender sería una diversión en lugar de un trabajo; mientras que los pesimistas se ocupaban pensando sobre si la televisión dañaría la vista de los niños, si los retiraría del juego activo y si los corrompería, al mostrar demasiado crimen y violencia y si ingeriría el estudio y aprendizaje de las materias escolares.

Se ha llegado a comprobar que la televisión no causa ningún daño hacia los niños, sino que por el contrario, es una experiencia estimulante para los niños muy jóvenes: que los niños que ven la televisión tienen vocablos más ricos que los niños que no tienen las experiencias que les da la televisión. Tiene un gran efecto sobre los programas que se escuchan en la radio y sobre la lectura de historietas cómicas. Estas formas de entretenimiento son sustitutos recíprocos, de modo que cuando un niño comienza a dedicar más tiempo a la televisión, dedica menos a la radio y a las historietas cómicas.

Los niños aprenden mientras ven el espectáculo y al ser representados con condiciones apropiadas, más tarde llevarán a cabo las mismas acciones que vieron en la pantalla.

El que alguna vez lleven a cabo estas acciones dependerá si se encuentran en una situación similar, o dependerá de otras cosas.

Cuando los niños observan programas educativos, están siendo educados por los programas de diversión que observan; es decir, aprenden algo de estos programas acerca del comportamiento de la gente en una variedad de situaciones. El mayor efecto sobre las actitudes debe ocurrir en que los programas de televisión presenten repetidamente el mismo tema con ligeras variaciones. Shramm afirma que, el niño al estar frente a la televisión y el cine, es un agente activo, que selecciona de ellos material que se ajusta a sus intereses y necesidades en la mejor forma, resultando ser un objeto legítimo de preocupación y acción pública.

Otros efectos que producen estos medios pueden ser:

1o. Refuerzan las pautas de conducta existentes; 2o. Pueden crear nuevas convicciones y 3o. pueden cambiar normas pre-existentes.

Además existen efectos llamados caracteriales, éstos suelen manifestarse en forma de fuertes impresiones, llanto, taquicardia, etc. sobre todo en los muchachos jóvenes hipersensibles.

Efectos o problemas afectivos, de muy distinta clase y naturaleza; de ellos sin embargo, tienen un especial interés los que se derivan del fenómeno de identificación del espectador con los personajes de la pantalla, dando lugar a la llamada "historia paralela"; es decir, la vivencia que se traduce por una imitación en la vida real de la conducta y opiniones de los actores de la pantalla.

Efectos morales, que están íntimamente unidos a los anteriores. El cine tiene una gran capacidad para establecer criterios, juicios de valor y normas morales, tanto positivas, como negativas, de tal modo que por ejemplo puede mitificar a un pistolero, hacer que la belleza tenga prioridad sobre la bondad y la inteligencia en la valoración femenina, o considerar ingenua la actuación de un hombre honrado y justo.

Frente a estas influencias, muchas veces perjudiciales, no es suficiente una postura negativa de censura; es necesario incluso una labor de educación que ayude a los niños y jóvenes a asimilar los valores positivos de cada filme y hacerse frente a las posibles deformaciones que llevan consigo las imágenes. Por otra parte el cine puede ser un valioso auxiliar, si se sabe utilizar de forma inteligente, como complemento de las explicaciones del maestro y como medio de educación artística.

El cine tiene unos medios propios de expresión: las imágenes en movimiento, conjunción-espacio-temporal que le da una fisonomía propia dentro de las artes. Una educación cinematográfica debe conducir a una mejor comprensión del cine como arte y como fenómeno representativo del mundo actual; debe conseguir que niños y jóvenes adopten una actitud adecuada mediante el análisis

lisis y crítica de los elementos que integran cada objetivo para llegar a apreciar sus valores esencialmente estéticos y también sus implicaciones políticas, sociales o religiosas.

Así pues en ese proceso educativo, se pueden distinguir dos momentos:

1°. El espectador ha de aprender a ver el cine, lo cual implica un conocimiento riguroso del lenguaje cinematográfico, que permite adentrarse en cada filme con todas las garantías de penetración e inteligencia, en una palabra, de comprensibilidad.

2°. La educación cinematográfica exige, por otra parte, que el espectador adquiera un sólido juicio crítico respecto a todo aquello que ve en la pantalla. La asimilación indiscriminada de cuanto proyectan las cámaras, o en otros términos, la actitud pasiva del espectador; es un primer estadio de su educación cinematográfica, que debe propender a formar el gusto y la capacidad de valoración de cada individuo; ya que éste se introduce en la pantalla perdiendo la noción de la realidad exterior; su creación y estimativa disminuyen y aun desaparecen totalmente; en el marco de su pasividad el sujeto acepta todas las sugerencias, opiniones e ideas de la pantalla y vincula su ser moral a un mundo que no siempre es lícito.

Frente a esa actitud pasiva, producto de una pésima formación intelectual y cinematográfica, la escuela tiene un objetivo más que alcanzar; preparar a los alumnos de manera que adquieran progresivamente un juicio crítico que les permita valorar con solidez cada momento de un filme y el contenido general del mismo.

La educación cinematográfica debe propender, en consecuencia, a situar al alumno fuera del filme, a habituarle a "desentrañar" en cualquier instante su estructura y su técnica de desarrollo; éste no quiere decir que, los escolares deban adoptar la actitud opuesta, de frialdad y reserva ante lo que aparezca en la pantalla; ya que de ese modo no serán capaces de percibir emocionalmente una mínima separación entre los espectadores y la película, para no caer en el fenómeno llamado de empatía o "transferencia del yo".

En conclusión puedo decir que, los medios de comunicación masiva son efectivos cuando son utilizados en forma adecuada. - Ahora bien, cuando sólo sirven para intereses comerciales, llevan mensajes que en muchos casos no son de interés para la conducta social de los radioescuchas o televidentes.

Por lo que se refiere a los emisores en los medios de comunicación puedo decir que, juegan un papel muy importante en la elaboración de los mensajes, influye además de las intenciones, el estado psicológico de las personas y los grupos que producen los materiales simbólicos, es interesante en la medida en que -- nos permite conocer "las actitudes, intereses, valores y costumbres de la población", a partir de los cuáles podemos inferir -- los temas de interés del público, por qué los consume, de qué manera y a través de qué medios. El efecto que produce la comunicación en las sociedades modernas se da en función de la amplitud de las áreas de atención de la gente y de la orientación de los mensajes.

Los efectos que produce el contenido de los medios masivos en las sociedades modernas pueden ser superficiales o decisivos, inmediatos o remotos, de reforzamiento, o transformación de actitudes, conductas, opiniones, gustos, etc. Son función -- de la interacción de los siguientes factores: medio, mensaje, personalidad y situaciones.

Para que se produzcan determinados efectos, dependen de las circunstancias que le rodean por ejemplo: el modo del mensaje (acústico, óptico), como se lleve a cabo la experiencia del mensaje (individual, grupo íntimo, público presente), como se ofrezca el mensaje, el tiempo libre del receptor, etc., también depende de factores tales como: edad, sexo, inteligencia, instrucción escolar o cultura, capa social, grupos confesionales, población urbana o rural, etc.; otros factores serían la personalidad y grado de aceptación de influencia de los individuos. -- Per lo tanto, los efectos dependen de una serie de factores personales y sociales.

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LA COMUNICACION MASIVA EN LA PERSONALIDAD DEL NIÑO.

La comunicación masiva en la personalidad del niño tiene las siguientes ventajas:

1.- Democratizan la cultura; es decir, ponen ésta al alcance de todo el mundo no importando su credo, raza, sexo o condición social, elevando así el nivel educativo y cultural del pueblo; estos medios de comunicación masiva como son: la Radio, la Televisión, el Cine, el Telégrafo, el Teléfono, el Periódico, el Teatro, ayudan a lograr una mejor comprensión y una mejor convivencia armónica entre los hombres. Por otra parte no importa el lugar en que se encuentren las personas: ya sea en grandes ciudades o en pequeños poblados, todos pueden recibir la influencia de estos medios, sobre todo de la Radio.

2.- Modelan la conducta humana.- Los medios de comunicación han sido utilizados para informar, educar y recrear. Hay películas y programas de radio y televisión que han sido producidos en forma comercial y que pretenden divertir; pero resultan más pedagógicas que aquellos que han sido catalogados como comercio.

3.- Ponen a nuestro alcance noticias y sucesos actuales y oportunos. La Radio es uno de los medios de comunicación de mayor ventaja en lo que respecta a la diseminación de hechos en las pocas horas en que éstos ocurren. Sin embargo la Televisión toma varias horas para dar a conocer las noticias y el Cine toma varios días.

4.- Hacen posible las relaciones entre los hombres.- Son instrumentos que, aunque estén distantes unas comunidades de otras, y los diversos países, pueden vivir en completa armonía, sintiéndose así el niño, no como miembro aislado de la sociedad en que habita, sino también del mundo entero.

5.- Los medios masivos, sobre todo la Radio y la Televisión, son agentes portadores de mensajes.

Los mensajes son dirigidos para cada oyente, televidente

o espectador de cine. A pesar de su difusión colectiva, las personas sienten que también ellas participan en los acontecimientos que ven o escuchan.

Además de las ventajas ya mencionadas que posee la comunicación masiva, puede decir también que respecto a la Radio se presentan otras de mucha importancia, las cuales surten efecto en el niño principalmente en el escolar, éstas ventajas son las siguientes:

a) Se pueden escuchar sucesos en el preciso momento en que se efectúan, superando en este aspecto a la enseñanza libre escolar.

b) Las acciones que se llevan a cabo son evidentes, cosa que no sucede así, si se lee un periódico.

c) Se lleva el dramatismo al salón de clases, pues el locutor puede avivar las acciones imprimiéndoles al relato la emoción propia del caso.

d) El costo por cápita de una transmisión a través de la Radio resulta más barato que por cualquier otro medio de comunicación.

e) Da oportunidad de que hablen personajes auténticos: médicos, maestros en música, policías, agentes de tránsito, maestros, deportistas, dirigentes obreros, etc.

f) Mediante la Radio se puede utilizar el canto, dirigir una tablá ginecística, hacer recomendaciones de carácter cívico, social o artístico, con la tendencia de hacer completa o integral la enseñanza.

g) Da oportunidad también a que los niños participen en cualquier programa educativo; es decir, el niño adquiere aptitud en canto, declamación, zapateados, cuestionarios de cualquier área, etc.

Hasta aquí podría decir que, éstas son ventajas que posee la comunicación masiva en la personalidad del niño. Ahora bien, los medios masivos también tienen sus desventajas, las cuáles —

perjudican al niño, tanto moral, como social y culturalmente, éstas desventajas son las siguientes:

1.- Los mensajes son unidireccionales.- Aquí se encuentra la primera dificultad de los medios masivos para conseguir una educación efectiva; ya que el mensaje va de emisor a receptor a través de un canal, pero no existe la retroalimentación inmediata. Se tiene que esperar algún tiempo para que el emisor conozca el efecto que ha tenido su mensaje en la población escolar o extracurricular.

2.- El mensaje de los medios de comunicación colectiva es fugaz. Esto para la Radio, la T.V. y el Cine comercial; ya que muchas veces la emisión no llega en el momento más adecuado en el que se necesita. En el caso del Cine educativo, cuando el profesor consigue el material fílmico para presentarlo a su grupo, sí puede encontrar el mejor momento para mostrarlo.

La solución al problema de la fugacidad lo encontramos en las grabaciones magnetofónicas y magnetoscópicas (videotape) que por ahora sólo tiene la limitación de su alto costo al usarse en las escuelas.

3.- No son medios autosuficientes en las tareas docentes. La educación es un fenómeno que tiene dos características: es humana y es social. La primera nos indica que en el proceso enseñanza-aprendizaje intervienen un maestro, un alumno y hay contacto directo personal y afectivo.

PROPOSITO BASICO DE LA COMUNICACION MASIVA.

Cualquier situación humana en la que intervienen la comunicación implica la emisión de un mensaje por parte de alguien, a su vez, la recepción de ese mensaje por parte de otro y tener o contar con un mismo código lingüístico. Cuando alguien escribe, otro debe leer lo que ha escrito; si alguien pinta, otro ha de mirar lo pintado, y si alguien habla, también tiene que haber alguien que escuche lo que dice. Cualquier análisis de un propósito comunicativo o del éxito obtenido al lograr la respuesta esperada, necesita plantear y contestar la siguiente pregunta: ¿A quien estaba destinado esto?

El análisis de toda situación de comunicación debe tener en cuenta las siguientes premisas: la forma en que la fuente de comunicación trató de afectar a la persona que recibe el mensaje, y el modo en que el receptor trató de afectarse a sí mismo o a otros.

Cuando existe incompatibilidad entre los propósitos de ésta y los del receptor, se interrumpe la comunicación. Cuando éstos propósitos son independientes o complementarios, la comunicación puede proseguir. De todos modos tanto la fuente de comunicación como el crítico necesitan preguntarse la razón por la cual el receptor trata de acercarse a la experiencia comunicativa.

¿Por qué lee la gente los periódicos? ¿Por qué va al teatro?

Ocurre muchas veces que nos comunicamos con nosotros mismos; es decir, que emitimos y recibimos igual mensaje.

En la mayoría de las comunicaciones debemos suponer la existencia de un auditorio, distinto del productor del mensaje. Cuando el poeta somete su poesía al juicio del editor, el orador consciente en complacer a un auditorio, o alguien hecha al buzón la carta de los demás. El comunicador intenta influir el mensaje a determinada persona; pero puede ocurrir que sea recibido --

por aquel a quien estaba destinado o bien que lo reciban personas a las cuales no iba dirigido, también pueden darse los dos casos.

A esta forma de recibir el mensaje se le denomina: receptores "intencionales" y receptores "no intencionales". Esta distinción entre receptores es muy importante en la comunicación. En primer lugar, el comunicador puede afectar a la gente en forma distinta de lo que pretendía, si olvida que su mensaje puede ser recibido por aquellos a quienes no estaba destinado. Por ejemplo: una película no apta para niños, su propósito puede tener muchos objetivos. Supongamos que los niños se enteran o miran esa película; ellos no eran las personas destinadas a ser receptores del mensaje. Sin embargo si lo recibieron, están siendo afectados en su conducta humana.

En segundo lugar, se pueden encontrar muchas críticas hechas al comunicador "que no ha cumplido con su propósito". El crítico puede ser o no un miembro del auditorio o del público al cual está destinado el mensaje. Si lo es, podemos aceptar su crítica (al menos en razón de su propia conducta). Si no forma parte del auditorio intencional, no puede utilizar su propia respuesta como criterio para decir que el comunicador no cumplió con su propósito.

El propósito de la comunicación es: determinar el receptor intencional del mensaje; es decir, que haya un receptor a quien va dirigido el mensaje. El propósito y el público o auditorio no son separables. Toda conducta de comunicación tiene por objeto producir una determinada respuesta por parte de una determinada persona (o grupo de personas).

En toda situación de comunicación existen, por lo menos, dos grupos de "respuestas esperadas": la respuesta exigida por la persona que emite el mensaje y la que exige la persona que lo recibe.

En resumen, el propósito de la comunicación es:

- a) No contradictorio ni inconsciente consigo mismo.
- b) Centrado en la conducta; es decir, expresado en térmi-

nos de la conducta humana.

- c) Debe ser suficientemente específico como para permitir relacionarlo con el comportamiento comunicativo real.
- d) Compatibles con las formas en que se comunica la gente es decir, que se entiendan entre sí.

ALCANCES Y FINES DE LA COMUNICACION MASIVA.- De acuerdo a las investigaciones realizadas, existen evidencias que nos indican que el estadounidense corriente emplea más o menos el 70% de sus horas de actividad, comunicándose verbalmente en el orden siguiente: escuchando, hablando, leyendo y escribiendo; es decir que cada uno de nosotros emplea alrededor de 10 u 11 horas diarias comunicándose verbalmente.

El lenguaje es tan sólo uno de los códigos que utilizamos para expresar nuestras ideas. Birdwhistell y otros, estudiaron la comunicación relacionadas con gestos no verbales: expresiones faciales, movimiento de las manos y de los brazos. Con la ayuda de cámaras infrarrojas y otros artefactos, tales como el wiggle-meter, o sea el medidor de movimientos. Los investigadores han logrado observar la mayor parte de los movimientos corporales -- de algunas personas, mientras éstas asistían a una sesión de cine o miraban televisión. Descubrieron que el auditorio comunica su interés por medio de estos movimientos del cuerpo. Los escenógrafos y los dibujantes publicitarios utilizan el color, el tamaño y la distancia como señales para la comunicación. La conducta observada en ella tiene una esfera de acción muy amplia.

La gente puede comunicarse a mucho niveles, por muy diversos motivos, con gran número de personas y en múltiples formas.

Los tiempo han cambiado y siguen cambiando. En la industria, la revolución tecnológica y el desarrollo de la fuerza trabajadora han llegado a tener una mayor fe en los símbolos y menos confianza en las cosas. El público considera hoy a la industria como una institución social; es decir, con una responsabilidad social. La clase obrera ha organizado y señalado los puntos

débiles y las deficiencias de la administración industrial. Este desarrollo ha hecho indispensable la creación de departamentos industriales, de relaciones públicas y de información pública, así como otros de relaciones industriales y laborales. Los departamentos industriales tienen su contrapartida en la clase obrera. Todos ellos pueden ser llamados "departamentos de comunicación". Su tarea principal es: la elaboración y difusión de mensajes destinados a "contar" historias empresariales o laborales.

Los gobiernos actuales se orientan cada vez más hacia la comunicación. Puede decirse que el administrador público y el ejecutivo, viven en un mundo de palabras. Nadamás que para poder conservar el material escrito, producido y recibido en un año por el gobierno, se invierte más dinero que el necesario para cubrir la totalidad del presupuesto original del país.

Los enormes problemas de interrelación entre las agencias gubernamentales, la necesidad de que la mano derecha sepa lo que la izquierda, la obligación de acumular, interpretar y difundir información al público, exigen la atención de un gran número de empleados del gobierno. Todas las agencias gubernamentales utilizan gentes para supervisar la comunicación, tanto interna como externa. Y aún así es necesario llamar a consultores privados para canalizar las comunicaciones, para eliminar gastos inútiles en éstas y mejorar su eficiencia.

Los fines principales que debe perseguir la comunicación masiva son los siguientes: Convertir el pueblo en protagonista de los medios de comunicación, en gestor de sus propios mensajes convertir a los medios en organizadores de la movilización social.

Los medios de comunicación masiva, han alcanzado cada día una gran finalidad en la vida social, moral, económica y cultural; pues es indispensable hacer su evaluación psicociológica, pensando en primer lugar: que los medios masivos son un reflejo del contexto sociopolítico en el que están ubicados y que generalmente se ponen al servicio de la ideología dominante, reúnen

las características propias de los reflejos dialécticos. Esto significa que reciben la influencia de los distintos tipos de sociedad humana, y a su vez influyen de una manera muy importante sobre los procesos psicológicos, las conductas públicas y el contexto cultural general.

El haber sido creados para servir al hombre, y al poseer una enorme capacidad de crítica, pueden convertirse en promotores de los cambios estructurales que buscan una sociedad más justa y humana.

La prensa masiva también ha alcanzado una gran finalidad en la empresa mercantil, cuya materia prima es la noticia. La prensa se señala como un simple reflejo de la realidad política, cultural y socioeconómica de los países en los que funciona.

UTILIZACION Y CARACTERISTICAS DE LA COMUNICACION MASIVA EN LA VIDA SOCIAL, MORAL, ECONOMICA Y CULTURAL.

Sabemos perfectamente que el hombre para comunicarse necesita del lenguaje, el cual tiene diferentes manifestaciones. Para expresar el mensaje que desee, puede hacer uso del lenguaje mímico, pictográfico u oral. El primero lo emplea para expresar o comunicar una actitud, como es el caso de un agente de tránsito para dar las señales correspondientes, la luz verde o roja del semáforo; el lenguaje pictográfico está en forma de grabado y el lenguaje oral que está compuesto por elementos articulados. Los tres son medios de comunicación; pero el que mejor entendemos es el lingüístico, por ser el sistema más eficaz para manifestar nuestro pensamiento a los demás. Considero que una lengua como medio de comunicación, no es una serie de elementos separados, sino un sistema en que cada parte está ligada íntimamente a todas las demás.

La comunicación se ha hecho popular, es usada corrientemente para designar problemas de relación entre la clase obrera y la clase directiva; entre los países y entre la gente en general. Algunos de los usos que se hacen del término "comunicación" se refieren a distintas maneras de enfocar estos problemas. Esta palabra (comunicación) también se ha vulgarizado dentro del ámbito universitario. Algunas Universidades han creado un departamento o colegio de "comunicación", para manejar el nuevo tipo de acercamiento disciplinario descrito anteriormente.

Fuera del terreno académico, la revolución tecnológica que se refiere a la comunicación, ha creado, o más bien ha desarrollado una mayor necesidad de gente competente en comunicación. Los periódicos, las revistas, las esconas, han sido largo tiempo el mercado del "comunicador" profesional. Este mercado se ve ahora recargado por la necesidad de dibujantes publicitarios, asesores de relaciones públicas, productores y directores de Radio, Televisión y filmes, expertos audiovisuales, etc.

el trabajo de todos estos profesionales y los une en forma significativa. Cada uno de ellos es responsable de la creación, entrega o imposición del "impacto" de los mensajes destinados a tener un efecto sobre uno o varios públicos.

Las características de los medios masivos son dos grandes funciones sociales y una disfunción.

Las funciones sociales son:

a) Función de conferir prestigio. La posición social de personas, acciones o grupos, se ve prestigiada y enaltecida cuando consigue atraer la atención favorable de los medios.

b) Función de reforzar las normas sociales.- Al dar publicidad a las conductas desviadas se acorta la distancia entre la moralidad pública y las actitudes privadas, ejerciendo presión para que se establezca una moral única.

Disfunción narcotizante.- Los medios disminuyen el tiempo dedicado a la acción organizada; el hombre "informado" tiende a considerarse participante, cuando en realidad no desarrolla acción social alguna; conoce los problemas, pero no actúa para resolverlos.

Según Paul Lazarsfeld dice que, los medios de comunicación masiva representan un nuevo tipo de control social que viene a sustituir sutilmente el control social que antes ejercía, y que ya la sociedad moderna no tolera; que son los causantes del conformismo de las masas; que deterioran el nivel de la cultura popular, alimentando gustos vulgares.

De acuerdo a lo anteriormente dicho, afirmo que, como órgano de comunicación se entiende un periódico, un canal o red de estaciones radiofónicas o de Televisión, los estudios de cinematografía o una casa editorial. La persona institucionalizada se refiere a los representantes de los órganos de comunicación.

El proceso de la comunicación colectiva se desarrolla de igual forma que la comunicación interpersonal, la diferencia es el mayor número de individuos y elementos que intervienen en ella. - La fuente transmite un cúmulo de mensajes en forma masiva, cifrado

CUESTIONARIO

Aplicado a un grupo de alumnos de sexto grado de la Escuela Primaria Federal "ARNULFO GIORGANA GURRIA", ubicada en la Ranchería Río Seco, -
1a. Sección, Municipio de Cárdenas, Tab.

- 1.- ¿Qué medios de comunicación masiva te gusta más? y ¿Por qué?
Me gusta más la Televisión, porque pasan programas muy bonitos y me divierten.
- 2.- ¿Qué importancia tiene la televisión?
La televisión es muy importante, ya que en ella pasan programas - en el momento en que se estén realizando, como las noticias.
- 3.- ¿Es importante la Radio?
La radio también es importante, pues en él pasan programas educativos y de mucho interés.
- 4.- ¿Por qué es importante el Teléfono y el Telégrafo?
Son importantes, porque nos sirven para comunicarnos más rápidamente.
- 5.- De los programas que pasan en la televisión ¿Cuáles te gustan - - más?
Me gustan más: El Hombre Increíble, La Mujer Biónica, Porky y Hércules.
- 6.- ¿Cuáles son los Canales que llegan al lugar donde vives?
Llegan el canal 9, el 13 y el 2.
- 7.- Con los Programas que ves en la Televisión ¿Aprendes algo?
No con todos los programas aprendemos, porque hay programas educativos y programas que sólo sirven para entretenerse.
- 8.- ¿Crees que no te perjudica la Televisión?
Si la veo muy de cerca sí me lastimaría los ojos, porque la luz - es muy fuerte.
- 9.- Escribe tu opinión acerca de la televisión.
Yo opinio que la televisión es un medio muy importante, porque -- con los programas que pasan nos distraen más y nos dan más conoci-
mientos, de todo lo que sucede en el mundo.

INVESTIGACION DE CAMPO REALIZADA EL DIA 4 DE JUNIO DE 1978 EN LA -
KEVT, KEVA Y KEJAC, CON LOS GERENTES DE DICHAS RADIOS. ADEMAS EN -
EL CANAL 13 DE TELEVISION.

1 - ¿Que importancia tiene para usted la radio?

R.- La Radio para mí, tiene una gran importancia, pues es el -
medio de comunicaciones que el pueblo necesita para estar
bien informado, es un medio de tipo social, político, eco-
nómico y cultural.

2.- ¿Para qué sirve la Radio?

R.- La Radio sirve para difundir en forma masiva las noticias
reportes, llamados, felicitaciones, avisos, invitaciones,
etc.

3.- ¿Qué ventajas cree usted que tiene la Radio?

R.- Tiene ventajas en el sentido de que, informa directamente
al pueblo, es eficaz, positivo, en él se escuchan progra-
mas de tipo cultural, musicales, etc.

4.- ¿En qué se beneficia el pueblo con la Radio?

R.- El pueblo se beneficia escuchando acerca de muertes, ac-
cidentes, enfermedades, etc.

5.- ¿Cree usted que la Radio no es un producto de enajenación?

R.- No, de ninguna manera.

6.- ¿Que importancia cree usted que tiene la Televisión?

R.- La Televisión tiene una gran importancia; ya que el pue-
blo observa a través de la pantalla los programas ya sean
de tipo cultural, político, económico y programas musica-
les.

7.- ¿Qué efectos tiene la Televisión para el niño?

R.- Para el niño, la Televisión tiene un gran efecto pues en
ella el niño aprende mejor; ya que se pasan programas a-
decuados como son de tipo cultural.

8.- ¿Son suficientes los programas educativos?

R.- No son suficientes, se está planeando llevar a cabo otros
programas que cultiven más al niño.

9.- ¿Cree usted que la televisión no perjudica la vista de los niños?

R.- La televisión debe ponerse lejos de los niños; porque tiene 12000 voltios y esto es una gran potencia de electricidad, la cual al sentarse el niño muy cerca de ella, sí lo perjudica.

10.- ¿Cree usted que la televisión es un producto de enajenación?

R.- Claro que sí, porque le sirve al niño como entretenimiento.

C A P I T U L O I V

C O N C L U S I O N

El siglo XX ha sido llamado el "Siglo de las Comunicaciones".

La radio, la televisión, el telégrafo y los teléfonos -- son los medios eficientes que nos permiten enterarnos con rapidez increíble de los sucesos que ocurren entre nuestros antípodas, que son las personas opuestas a nosotros en 180 grado, sobre la superficie del planeta.

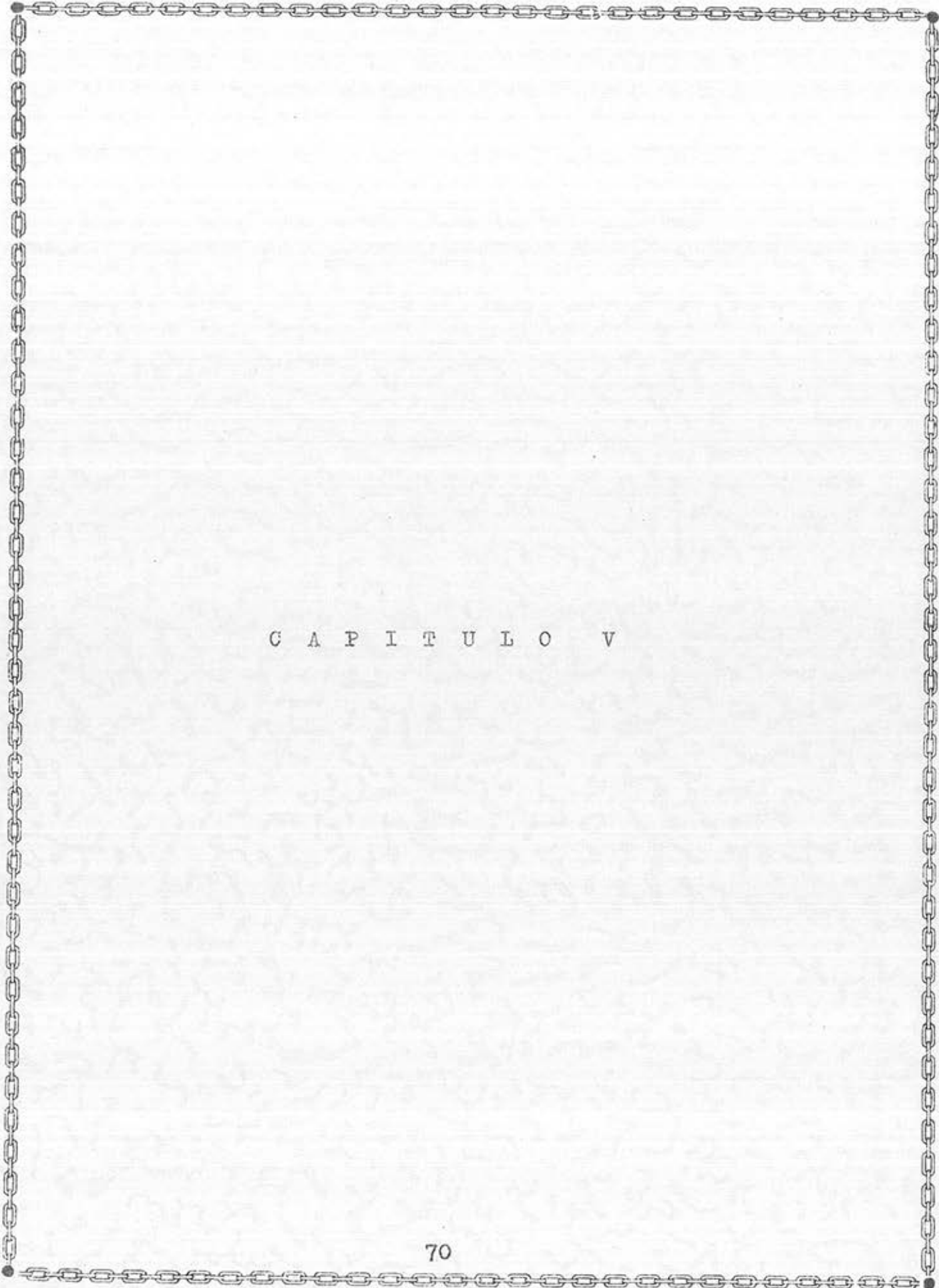
Hoy, increíblemente, podemos presenciar en el mismo momento en que ocurre, un partido de fútbol en Australia; escuchar -- un discurso del Presidente de los Estados Unidos, o presenciar un desfile en la Plaza Roja de Moscú. Es más, hemos podido no sólo ver sino escuchar en el mismo instante en que ocurrió, el primer paso sobre la Luna del cosmonauta norteamericano, Armstrong.

Estos medios masivos de comunicación hacen que sepamos del hambre aterradora que aniquila millares de seres en Africa o India; conocemos los cambios políticos ocurridos en algunos países hermanos.

Los medios de comunicación masiva son elementos de mucha importancia y efectos a todos los seres humanos, principalmente a los de edad escolar, porque con ellos a través del tiempo han desarrollado su acervo cultural.

Estos medios masivos de comunicación, hacen que los hombres del siglo XX estemos bien informados de todo lo que ocurre -- en el planeta. Por ello nos enteramos de los grandes sismos ocurridos en los cinturones volcánicos; sabemos de los grandes eventos deportivos y artísticos; escuchamos los discursos de los personajes de nuestro siglo, y puede afirmar con toda seguridad, que somos los hombres mejor informados a todo lo largo de la historia.

Los jóvenes actuales, como seres bien informados, se saben efectivamente hermanos de otros jóvenes que viven en remotas latitudes, hablan otras lenguas y pertenecen a otros pueblos.



C A P I T U L O V

A P E N D I C E .

Los medios de comunicación masiva son elementos de gran importancia para el pueblo, sobre todo para los educandos. Si es tos medios en realidad los utilizaran en forma adecuada, yo pienso que serían un mejor producto para los hombre del mañana; es de c.r., que no transmitieran programas de novelas picarezas, por ejemplo en la radio, en la televisión y en el cine, sino que emitan programas donde el niño se cultive mejor, escuchando exhortaciones, temas de gran importancia para él. A través de esos consejos, de esos temas, eso lo utilizará aquel niño cuando sea un adolescente, un adulto, le serán de mucha utilidad para vivir una vida decorosa, honesta, feliz.

Cuando por medio de la radio, del cine y la televisión, el niño observa crímenes, drogadicción, adulterio, envidia, etc.; al niño se le crea en su subconsciente y en su consciente todas esas ideas, que vienen a ser todas ellas de tipo anormal; enton ces aquel niño siendo ya un joven o un adulto, lleva una vida de fracaso, de infelicidad, de deshonestidad, etc. es un ser perdido en el mundo, que camina sin rumbo fijo.

En la radio y en la televisión, emplean el mayor tiempo en anuncios comerciales principalmente de las distintas clases de cervezas que hay en el mundo y de otras clases de drogas y en novelas que no instruyen en nada al niño, sino que por el contrario lo perjudican moral y económicamente, es decir, que en eso gasta todo su dinero que tiene cuando es grande y por ese motivo fracasa.

Por otra parte, éstos medios sí han sido y son en la actualidad de mucha ventaja, porque con ellos estamos bien informados de todo lo que acontece en muchas partes del mundo y en el momento en que ocurren.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

1. H. S. BANKS. Curso práctico en Radio y T.V.
2. ANTONIO NOGUEZ RAMIREZ. Audiovisual. D. G. E. A.
3. FRANCISCO CORTES PADRON. Medios educativos audiovisuales.
4. H. S. BANKS. Introducción a Radio y T.V.
5. JEAN CAZENEUVE. Sociología de la radio-televisión.
6. SANTILLANA, S.A. Enciclopedia Técnica de la Educación. Tomo II
7. S.E.P. Tecnología Educativa 1er. curso. Licenciatura.
8. S.E.P. Tecnología Educativa 2º. curso. Licenciatura.
9. JOSE PEINADO ALTABLE. Paidología.
10. JEAN PIAGGET. Seis estudios de psicología.
11. SOSA CASTELLANOS. Síntesis de psicología.
12. MARGARITA CASTAÑEDA YAÑEZ. Los medios de la comunicación y la tecnología.
13. SALVAT. La Televisión.
14. SALVAT. El Cine, Arte e Industria.
15. DAVID K. BERLO. El proceso de la comunicación.
16. SANTILLANA, S. A. Enciclopedia Técnica de la Educación. Tomo III.
17. RAMON GARCIA PELAYO. Pequeño Larousse Ilustrado. (diccionario)