

**P
N
U** NIVERSIDAD
PEDAGOGICA
NACIONAL

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

COORDINACION GENERAL DEL SISTEMA DE
EDUCACION A DISTANCIA



✓ ¿SON LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA AUXILIARES
EN LA TAREA EDUCATIVA ?

INVESTIGACION DE CAMPO

Que para Obtener el Título de

LICENCIADO EN EDUCACION PRIMARIA

PRESENTAN:

GUSTAVO VALDESPINO MARIN

ESTELA VACA SAUCEDO 383

ELVIA LOPEZ LOPEZ

MORELIA, MICH.

SEPTIEMBRE, DE 1980.

A ustedes niños, dedico con profunda ternura esta pequeña y sencilla investigación de Campo.

Por haber inspirado en Mí el deseo de seguirme superando profesionalmente para beneficio -- vuestro y de nuestra Patria.

También por brindarme la oportunidad de -- convivir y contribuir aunque sea en una mínima parte a cimentar y forjar vuestro futuro como ciudadanos y Hombres de provecho para la Sociedad y la Humanidad.

I N D I C E.

| | PAGINAS |
|--|---------|
| INTRODUCCION..... | |
| CAP.- I IMPORTANCIA DE LA RADIO, PRENSA CINE Y TELEVISION..... | 1 |
| CAP.- II DIFUSION DE IDEAS..... | 7 |
| CAP.- III INFLUENCIA DE LA RADIO Y LA TE- LEVISION EN LA VIDA DEL HOGAR - Y SUS REPERCUSIONES EN LA ES- CUELA..... | 18 |
| CAP.- IV EDUCACION ASISTEMATICA, REALIDA DES Y OPINIONES..... | 23 |
| CONCLUSIONES..... | 27 |
| BIBLIOGRAFIA..... | 32 |

I N T R O D U C C I O N .

El hombre, por su origen y características en los albores de su existencia y por las particularidades que hoy presenta, se comprueba que no es otra cosa que el producto de las condiciones historico-sociales. Claro que la evolución asombrosa que ha logrado se debe a la constitución privilegiada de que la naturaleza lo dotó, es decir, gracias a su raciocinio. Atributo mediante el cual ha logrado conciencia tal, que ha transformado la propia naturaleza en que se encuentra inmerso, impelido por las necesidades que lo han aquejado.

Encontramos pues, que mediante ese quehacer conducido sobre el medio circundante por satisfacer sus necesidades vitales primero, secundarias después; -- llega a crear ese fenómeno histórico que es la cultura: ciencia, arte, técnica, religión, moral, derecho costumbres; todo esto son productos culturales.

Pero el hombre no se conforma con crear y dejar su obra ahí, ignorada, estática; no, sino que además de conservarla, la enriquece y la transmite de generación a generación, la dá a conocer difundiéndola a través de todos y cada uno de los medios a su alcance constituyendo de manera implícita en la difusión-cultural, una ciencia y una técnica cada día más perfeccionadas.

Durante el proceso histórico de la humanidad y sus creaciones, llegamos a situarnos en el presente y encontramos que las distancias se han vencido mer-

ced al invento de artefactos; se han aplicado una serie de leyes naturales otrora desconocidas y no sólo eso sino que lo llenaban de pavor, desconcertaban al hombre. De tal manera que ya social y jurídicamente-organizado, el hombre difunde, comunica y transmite todo aquello a su manera de pensar, sentir y actuar, constituye la estabilización y control de sus semejantes, y ¿cómo le hace para lograr sus objetivos? - precisamente utilizando los medios que el mismo ha perfeccionado, teléfono, telégrafo, cine, correo y prensa, además del último invento la televisión, medios de comunicación que no son otra cosa que la ciencia y la técnica aplicadas para beneficio del propio ser humano.

Dichos medios actualmente son conocidos y utilizados en todos los países, ya que son instrumentos - cuyas difusiones llevan implícito el fin que persiguen sus poseedores, de acuerdo al régimen económico social donde funcionan.

Así mismo, el lenguaje es un medio de comunicación de ideas por medio de símbolos, movimientos, gestos, pictogramas ó palabras. La importancia del lenguaje es muy grande en la evolución de todos los pueblos.

La facultad del hombre de comunicarse con sus semejantes por medio del lenguaje hablado ó escrito - en virtud de un complejo proceso de simbolización de los objetos exteriores, es uno de los hechos más importantes de la vida social; por eso afirma C.H. JUDD que el lenguaje es la base de la cultura, pues la --

cultura es cuestión de ideas. De aquí que el desarrollo de la civilización ha ido paralelamente al de la intercomunicación desde la palabra articulada que se usa en la conversación hasta la palabra inalámbrica.

Los medios de comunicación masiva por lo que concierne a nuestro país, diremos que constituyen una influencia poderosa sobre la formación del mexicano en general. Pero habremos de ocuparnos de nuestro trabajo de una manera particular, de aquellos medios cuyo funcionamiento reviste una gran importancia, modelando así la conciencia de nuestro pueblo. Sólo en la última parte de nuestro trabajo se citará todo lo que influye la comunicación en la educación en todos los niveles; y no solo en la educación primaria.

P R O B L E M A:

¿Son los medios de comunicación masiva auxiliares en la tarea educativa?

H I P O T E S I S:

Los medios de comunicación masiva auxiliarían al maestro y alumnos en la exposición y asimilación de los conocimientos del programa de Educación Primaria.

C A P I T U L O S G E N E R A L E S:

I.-Importancia de los medios de comunicación contemporáneos: la radio, prensa, cine y televisión.

II.-Difusión de ideas:

- a).-Opiniones contradictorias.
- b).-La comunicación enajenante.
- c).-El pensamiento mágico.

III.-Influencia de la radio y televisión en la vida del hogar y su repercusión en la Escuela.

IV.-Educación asistemática, realidades y opiniones.

V.-Conclusiones.

CAPITULO I

IMPORTANCIA DE LA RADIO, PRENSA, CINE Y TELEVISION.

Desde el punto de vista social, los procedimientos modernos de comunicacion han sido la causa del progreso extraordinario del mundo entero. Actualmente todos los individuos que forman parte de una entidad social, por aislada y pequeña que ésta sea, necesita comunicarse en forma rápida y segura, pues de otra manera se alteraría su ritmo de vida, es decir, quedaría rezagada al resto de la humanidad.

Las formas de transmisión del pensamiento penetran ahora simultáneamente por todos nuestros sentidos. No somos simples espectadores, sino participantes del fenómeno, protagonistas del mismo, hemos asistido a los funerales CHURCHILL, al viaje del hombre a la luna, al asesinato de KENNEDY, al campeonato mundial de Fut-bol, etc., así mismo, podemos ver y oír lo que las ondas transmisoras son capaces de poner ante nosotros. Se han desvanecido las barreras de tiempo y espacio.

Este ensanchamiento de la conciencia social utiliza cuatro tipos de comunicación, medios mecánicos que han sido posibles debido a la invención de la máquina y a la utilización de la electricidad.

Dicha comunicación tiene lugar:

1.-Por medio de la prensa que es organizadora de la mente social.

2.-Por medio del cine, radio y la televisión -- que posibilitan la difusión del sentimiento y la expresión personal del artista ó maestro.

3.-Por medio del telégrafo, teléfono y correo que permiten la comunicación de puntos alejados entre sí.

4.-Por medio del ferrocarril, el barco, el avión etc., que son importantes medios de transporte.

En el estudio de los problemas de la sociología de la actualidad hay cuatro modeladores de las creencias del hombre de hoy, que son: Prensa, Radio, Televisión y Cine; que constituyen los medios más importantes de la difusión de las ideas, por lo que trataremos de puntualizar su importancia y beneficio que estos nos reportan.

a).- R A D I O.

" La Radio como medio de comunicación, es agente de estabilización y de cambio social, constituye el vehículo idóneo para que los conductores de la economía nacional y de la cultura expongan sus puntos de vista ante millones de radio-oyentes ".

La primera aplicación de este medio de comunicación fué extender el alcance del telégrafo y el teléfono a los barcos y lugares que no podían ser comunicados por medio de hilos; pero la principal influencia social se debe al empleo en las emisiones radiofónicas.

La magia de la radio puede hacer que millones de personas disfruten de la audición, penetra en los hogares, y aún en las escuelas, formando gustos y moldeando opiniones, incluso en personas que no saben leer. Este medio no admite fronteras materiales, solamente la diferencia de idiomas impone sus limitaciones.

nes.

Además de servir al anunciante que busca aumentar el consumo de sus productos, debe tener además un fin social; servir al pueblo mediante la realización de tres tareas fundamentales: Informativa, Cultural y Recreativa, para contribuir al mejoramiento de las formas de convivencia humana. Por eso la Radiofonía es un fenómeno esencialmente colectivo ya que juega un papel importante en los problemas del próximo futuro, en que la dirección y organización planificada democrática de los pueblos son tareas esenciales de sociedades modernas.

b).-P R E N S A.

Como resultado de la civilización industrial, la Prensa se ha desarrollado de tal modo que su influencia social y educativa es de primera importancia, constituyendo un poder espiritual como lo llama Ortega y Gasset, al ocuparse como ninguna otra institución de modo continuo y cotidiano, de la descripción de la actualidad.

La Prensa se ha transformado en un agente de uniformidad, ésta influye en el modo de pensar y sentir de los lectores.

Podemos afirmar que este medio tiene dos funciones que cumplir; una informativa y otra orientadora y educadora. Socialmente organiza y refuerza la mente de los miembros de cada comunidad, de acuerdo con las costumbres, normas y valores preestablecidos y vigentes.

En segundo lugar, educa a la comunidad, persua-

diendo al individuo a adoptar actitudes definidas -- respecto a los asuntos más vitales de la vida pública. De aquí que la Prensa sea un agente que contribuye el cambio social, al poner al grupo en contacto -- rápido con los nuevos sucesos, ideas y proyectos de una sociedad que no puede permanecer estática.

c).- C I N E.

La influencia social y educativa del cinema des-- pensa en el hecho de que dada la organización de la-- producción de las películas para grandes masas, es-- tas reciben su influencia. En verdad toda producción cinematográfica tiene un sentido social y educativo, ya sea positivo ó negativo, y si bien incitan algu-- nas los instintos inferiores, otras exaltan las pas-- siones e ideas más elevadas. Las películas históri-- cas basadas en la vida de grandes hombres, constitu-- yen verdaderos auxiliares educativos. Las hay tam-- bién propiamente científicas que unen a la ciencia -- la objetividad y el interés; así mismo por medio del cinematógrafo podemos conocer costumbres y formas de vida de lugares que por su lejanía sería difícil co-- nocer.

d).- TELEVISION.

La televisión es otro de los medios importantes de transmisión de imágenes y acústica a distancia, -- único invento que permite estar en dos lugares a la-- vez, es cine en la casa, es actualidad captada ins-- tantáneamente; es medio audiovisual de educación y -- propaganda por sus poderes persuasivos, expande la -- cultura y la ciencia, unificada en sentido y pensa--

miento a la familia y la nación. Hace que el individuo se dé cuenta del mundo en que vive.

No obstante los grandes problemas técnicos que supone cubrir totalmente el territorio nacional, es sorprendentemente alto el número de receptores y conseqüentemente el de teleespectadores.

Debemos pensar que este medio influye en tres aspectos fundamentales: en la sociología del conocimiento, en el aspecto psicológico y con motor social.

1.-Influencia en el campo de la sociología del conocimiento. La expansión de las técnicas audiovisuales, entre las que la televisión se reserva la primacía, es el hecho más notable de nuestra civilización.

La imagen enriquece el movimiento de la reflexión crítica y del pensamiento intelectual, es al igual que los libros de texto y otros auxiliares, un medio educador complementario.

2.-Influencia psicológica.- En la mayoría de los casos el espectador se siente directamente aludido por la imagen televisada.

Este al sentirse así, por la imagen, ya que ésta se impone por su objetividad, puede llegar a formar lo que se ha dado en llamar "mimetismo psicológico ó empatía", pues la televisión favorece extraordinariamente los procesos de identificación y proyección. Esta identificación es un elemento importante del poder de persuasión que el joven, el adulto y aún el niño puede tomar para su formación integral.

Las imágenes al captar la tensión, hacen que el

espectador se siente testigo del hecho, que lo experimenta como vivencia, esto hace que se acorte el sentido crítico al aparecer simultáneos el acontecimiento y el conocimiento personal.

3.-Influencia de la televisión como motor social.- La televisión cuando no es exclusivamente familiar, lleva al ambiente rural una solución a las necesidades de vivir en común, es un factor de equilibrio entre la vida individual y la colectiva. Contribuye a la destrucción de barreras entre los distintos sectores, así como integrar al individuo a su región, estado ó país, en resumen a hacerlo más partícipe de lo que acontece en el mundo.

El verdadero problema está en la capacidad que tiene la televisión de crear nuevas necesidades; que si bien sean justas ó no, van surgiendo y no se puede hacerlas desaparecer. Necesidad de cultura necesidad de más confort, necesidad de conocer, de libertad, de más diversión, en una palabra de tener en las pequeñas poblaciones lo que se tiene en la ciudad.

No es función única de estos medios la educativa y cultural; pero contribuye a ella y debe hacerla cada día en mayor proporción y con mayor eficacia desde enseñar las primeras letras, hasta la divulgación de las más elevadas manifestaciones de la cultura.

CAPITULO II

DIFUSION DE IDEAS.-

El auge alcanzado hasta nuestros días y la influencia psicológica y social que causan los medios masivos de difusión que actúan en forma global y envolvente al hombre, son fuerzas ambientales que modifican la forma de pensar, sentir, actuar de los individuos y merecen atención especial.

La divulgación ha alcanzado para fines que no son educativos un desarrollo increíble, en ellos se han investigado los aspectos de la vida afectiva y emotiva. Hoy en día se conocen las motivaciones de diferentes tipos de grupos y la dinámica de sus estructuras se aprovecha incluso en la vida instintiva estos sistemas publicitarios conducen la percepción y la inteligencia hacia cualquier propósito. La cultura y una parte muy importante de ella, la información, llega al pueblo por muy diferentes áreas de intereses: comerciales, políticos industriales, etc., dando por resultado que lo puramente informativo se mezcle con lo espectacular, la anécdota con la historia; lo real con lo ilusorio. Estos medios masivos contribuyen en muchas de las veces, a degenerar el gusto de los individuos con música de baja calidad ó con películas ajenas a nuestro sistema de vida, cuando no, peligrosamente perniciosos porque familiarizan al espectador con un clima de crimen y violencia. Dichos medios, son así como el espejo de la comunidad social; a través de ellos se manifiesta la mu---

sica popular, folklórica y clásica; la divulgación científica y técnica; la literatura, el teatro, la poesía y el periodismo informativo y crítico. Es tal la potencia de estos medios masivos por su alcance y penetración en los hogares; llegando incluso a quien no sabe leer, que su mal uso podría causar graves problemas al pueblo, a quien debe servir. Su manejo adecuado en cambio, puede ser de incalculables beneficios.

a).-OPINIONES CONTRADICTORIAS.

En virtud de que las ideas en México, se difunden de una manera efectiva a través de los medios contemporáneos de comunicación y que éstas moldean la creencia y la conciencia del mexicano, debemos estar atentos en cuanto a los efectos psicológicos y sociales que producen.

Efectos que se traducen por consecuencia en actitudes negativas por una parte y positivas por otra de nuestra gente. Así mismo hay ideas, noticias e imágenes que nos revelan aspectos positivos para la formación del tipo de hombres que se pretende formar existen las que deforman.

Hay en nuestro país por ejemplo: periódicos, revistas, folletos, programas de cine, radio, televisión, que poseen un mensaje positivo y otros más, pero negativos que los pervierten induciéndolos al vicio muchas veces y otras al delito.

Debemos reconocer que dichos medios propagan información, influyen, persuaden, presionan y pueden servir a la sociedad y a determinados intereses. Son.

también instrumentos de buenas causas y de peores a la vez. Así como en muchas ocasiones esclarecen la opinión pública, la engañan en otras, llevando siempre la forma de preservar los intereses de quienes poseen estos medios de comunicación. Tenemos un ejemplo en la prensa, llamado el cuarto poder, por considerársele complemento de los tres poderes gubernamentales tradicionales; noticia es lo que los periodistas creen que interesa a los lectores, por tanto es lo que interesa a los periodistas. Pero en realidad debe adaptarse a la convivencia de su aplicación, y eso lo determinan las empresas periodísticas, a cuyos intereses de clase conviene.

Sabemos que en México, país predemócrata por ser precapitalista, cuyo régimen de vida es individualista, estos medios están en manos mercantilistas que hacen uso de todo aquello que puede estimular la esfera emotiva y afectiva del mexicano.

Para hablar de las contradicciones que se dan con respecto a lo difundido con todos los medios que nuestro país cuenta, debemos partir de la fundamental. El régimen económico en que nos desenvolvemos dada la forma en que se implantan y fortalecen el capitalismo, se busca restablecer su superestructura lógica del gobierno burgués, la democracia; en la medida que se dá el imperialismo, tanto en la política doméstica como en extranjera, se lucha por la violación de la democracia, por la reacción.

Esta contradicción se manifiesta claramente en el sufragio. Por consecuencia, los hechos ó fenóme-

nos que se ven en la realidad vivida por nuestro país llevarán en sí mismos su contradicción, su negación, por ejemplo: los programas de cine, radio y televisión, auspiciados por la Secretaría de Educación Pública, tienen un contenido puramente instructivo para el pueblo que carece de conocimientos elementales que le permitan entender aquello, se dirigen a nuestros semejantes que carecen de criterio para juzgar su contenido. Una vez pasados dichos programas, ó en sus intermedios, aparece la propaganda comercialista, pornográfica, con mucho sexo, violencia, notándose siempre el dominio del más fuerte donde se incita al vicio, al crimen, al delito, etc.

La propia Secretaría de Educación Pública lleva en sus funciones la afirmación y la negación. Por ejemplo: su misión es conformar al individuo de acuerdo a las exigencias de la época, mediante planes programas y métodos que se llevan a la práctica en Instituciones creadas para tal objeto; pero al mismo tiempo autoriza la publicación de una serie de revistas, folletos, etc., que en lugar de reforzar la misión a dicha Secretaría encomendada, la niegan, ya que deforman la mentalidad del tipo de hombre que requiere nuestro país para sortear el subdesarrollo en que se nos tiene condenados a vivir.

Todas esas publicaciones y los programas de cine, radio y televisión, así como todo tipo de propaganda política y comercial, más las propias condiciones socio-económicas del mexicano, forman en él un tipo de conciencia que no corresponde a la vida real

pero que éste considerara como tal, y se le hunde más en la alineación que ya padece.

Claro que esto lo entendemos a partir de la primera contradicción que ya asentábamos. Y lo entendemos porque el régimen económico-social de nuestro país, el sustrato de una filosofía idealista y los regímenes derivados de ésta, tienen fines de tipo militarista, donde el dinero lo hace todo, se subestima al sujeto por el dinero que dá cualidades a quien no las posee, es decir al hombre como hombre y a su relación con el mundo como algo humano, no podía cambiar amor más que por amor, confianza por confianza, etc.

Esto no sucede en nuestro país. La concepción humana nuestra está amenazada por el fetichismo de la mercancía. El que permite concebir la existencia humana como dependiente de productos objetivos de los cuales no somos ya conscientes de que surgieron del trabajo humano y que a causa de esta pérdida de conciencia obtienen el poder sobre instancias independientes de los hombres a los que rigen.

En los países cuyo régimen de vida se fundamenta en el materialismo, y donde el hombre se pertenece a sí mismo y no se especula para crear a otras necesidades que no posee, no sucede este fenómeno.

Todo esto nos dice porque el mexicano vive en chozas y jacales, en modestas casas ó mansiones, emergiendo de sus azoteas antenas de televisión y radio, estas últimas muy pocas, en virtud al radio de transistores, pero que poseen muchos de estas, sien-

do en el caso de los que componen la clase desheredada, desatienden sus necesidades vitales; alimentación vestido y albergue.

Constituye esto en sí, una enorme contradicción por cuanto a las condiciones reales que éste vive y el costo; tanto del aparato, como del mantenimiento no le permite darse ese lujo. Sin embargo los adquiere como decíamos, a pesar de ese hecho.

b).-La propaganda comercial, se considera por algunos como enajenante, ya que emplea todo tipo de artificios, con el objeto de convencer a quienes se dirige.

La propaganda comercial en México, como sabemos se realiza a través de cine, radio, prensa, televisión, carteles en muros, etc., se efectúa en vivos colores, música exótica, ó empleando el folklore mexicano ó nacional en movimientos rítmicos ó combinados, etc., utilizando la niñez, la juventud ó a las personas maduras de nuestro pueblo, ó bien de otros países, según se trate el producto que se desee vender.

La presión propagandista tiene por objeto inducir al público a que compre lo que necesita, ó le crea necesidades para que así consuma ó compre cosas que no le satisfacerán necesidades de carácter primario; obligarle a que el modelo de sus pertenencias aún siendo útiles, las cambie.

La propaganda entra por los sentidos más que por el razonamiento, motivo por el cual la mayoría de los consumidores son presa fácil de industriales-

y comerciantes en general, ya que carecen de preparación para comprar; contando sólo con la educación propagandista.

Por consecuencia este tipo de propaganda afecta al niño y al joven, ya que estos tratan de adquirir productos que perjudican su salud, pero por el solo hecho de escuchar continuamente el anuncio de algunos artículos que acompañados de carteles llamativos los invitan a adquirirlos.

Se ha observado que sólo en las ciudades y gente que tiene cierta preparación ó suficiente experiencia, sabe comprar. Adquiere lo que le es útil y realmente necesita; lo que considera ser de calidad y sobre todo que no lesione su economía y salud mental, tanto como física de su familia.

Las técnicas empleadas por agencias constituyen un llamado al orgullo a la vanidad, al deseo de publicidad y tiene por objeto crear inseguridad y pérdida de posición; cuando esas técnicas deberían ser mejor aprovechadas para ayudar a crear en el individuo seguridad para robustecer su personalidad, sobre todo en la niñez y juventud del pueblo.

Con la publicidad se obtiene ventaja de la ignorancia y los prejuicios, se emplean métodos pseudo-científicos que hacen difícil descubrir las falsedades y se trata continuamente de provocar en los consumidores insatisfacción con lo que poseen, por medio del cambio de fuentes modelos. Con esto, podemos afirmar que a los industriales y comerciantes, los satisface que en México perdure la ignorancia que --

ellos aprovechan para encontrar aumento en sus ganancias y de ninguna manera colaboran para disminuir -- ésta.

En México la publicidad tiene su fundamento en el hecho de que al mexicano se le motiva con facilidad y no analiza de causa a efecto los hechos ó fenómenos. Lo novedoso lo excita y siempre gasta más de lo debido. A menudo escuchamos decir "voy a ver qué compro", de manera que a merced de sus propios complejos también, sea víctima de la publicidad. Siempre está deseoso de figurar, de que se diga algo de El.

Se le explota también su actitud afiliativa, de ahí el tono paternalista en que le habla la publicidad, por ejemplo: la que se hace el día 10 de Mayo, - la publicidad referente a la celebración de este día se acepta de manera inconsciente.

c).-EL PENSAMIENTO MAGICO.

Psicológicamente hablando, esta viene siendo la forma prelógica de pensamiento del hombre primitivo - del niño durante los dos primeros años de vida y del adulto que no cuenta con los elementos culturales para adquirir un concepto claro del mundo y de la vida

Es decir, que solo alcanzan a establecer relaciones subjetivas entre los objetos. En el caso del hombre primitivo, según su creencia no solo las palabras, sino también el pensamiento tiene un poder mágico y se puede perjudicar a alguien ya con el lenguaje ó con el propio pensamiento. Por lo que al niño se refiere, en el desarrollo de su personalidad -

aún no se ha descubierto el principio de no contradicción, sobre el cual vá a instalarse el pensamiento lógico, y en el adulto se le presenta la realidad él es y él no es, sigue siendo real pero sólo en su imaginación.

Roberto D. Agramonte nos dice que " El cine como todo arte, produce un efecto mágico de recrear la realidad en la imaginación, la realidad presente ó sea un escape de la misma por medio de la ficción ".

Pensamiento mágico es el efecto que produce la publicidad en el individuo, por medio de colores, sonidos, imágenes, ideas y movimientos atractivos. Es la forma artificiosa de transferencia que al público se le presenta por medio de publicidad para acreditar su causa ó la venta de algún producto. Es la forma de aceptar el mundo y la vida mediante la imaginación, la ficción ó la fé, pero no de la realidad.

En México como en todo país, con el mismo sistema económico, la publicidad vá desde el mercantilismo hasta la ideología política del Estado que a veces se confunden, ó el mexicano por su escaso nivel de comprensión las confunde. Rogelio Díaz dice: " Al mexicano se le motiva no diciéndole que él como individuo aislado vá a tener grandes triunfos, sino que si triunfa, en primer lugar la gente del barrio ó del terruño vá a estar feliz; ó bien en tercer lugar que la Patria vá a estar orgullosa, puesto que esta tendencia amistosa, afiliativa, y efectiva es hermosamente interpersonal, es decir, vá dirigida a otros seres humanos, en cuarto y primer lugar a la vez, decirle que habrá contribuido con su granito de maíz "

al contento y bienestar de todos los seres humanos " De tal suerte que ambas corrientes publicitarias producen el mismo efecto psicológico en el mexicano, de ahí los dogmas y los sofismas con que se pretende moralizarlo ó formarle su conducta de ciudadano, ejemplo:

¿QUE HARAS HOY PARA FORJAR LA GRANDEZA DE TU PATRIA? LA HORA NACIONAL, LAZO DE UNION ENTRE TODOS LOS MEXICANOS.

MEXICO TIENE.....Y EN CARTA BLANCA LA CERVEZA...ETC.

Las condiciones económicas, sociales, políticas culturales, más la forma en que se emplea la publicidad a través de todos los medios, traen como consecuencia la mediatización del mexicano en cuanto a -- sus aspiraciones; así mismo se le alienta cada vez -- más. La alineación es, la mayor ó menor pérdida de -- su esencia humana, es decir, el hecho del dominio -- del objeto sobre el sujeto, que se manifiesta entre -- la distancia que media entre lo que los hombres y -- los pueblos tienen derecho a ser, hasta alcanzar el -- máximo nivel y lo que están logrando ó han podido lo -- grar, para llegar a ser realmente.

Las causas de la enajenación son muchas las que van desde la carencia de propiedades; su importancia que atrapa su conciencia por no poder ser lo que debe ser; pretende y tiene derecho a ello más no lo dejan; su complejo de incapacidad creado por las condiciones desfavorables en que se desenvuelve; la existencia de los estratos económicos-sociales, y la pobreza hasta el hecho de que no ha podido sobreponer-

sa a las fuerzas enajenantes económica y espiritual-
en que ha nacido.

Por los hechos encontramos que el Estado y quie
nes poseen los bienes de producción, coaccionan para
lograr sus objetivos. En México, se dá el hecho de -
que quienes gobiernan son los mismos que poseen los -
medios de producción, de ahí la coacción a que nos -
referimos.

Para concluir, el pensamiento mágico hecho com-
plejísimo por todo lo que engloba, se dá en gentes -
como la nuestra, cuyo nivel cultural es paupérrimo, -
en una gran mayoría, (el año pasado había un 38% de -
analfabetos; según datos del presente año hay
3,391,445 niños sin escuela de 6 a 14 años. Cuántos -
de ellos pasarán a ser analfabetas?, por lo que la -
esfera intelectual aún es dominada por la afectiva y
emotiva del mexicano. Nuestro Pueblo carece de un --
pensamiento lógico, fase superior del razonamiento -
humano logrado mediante la cultura.

CAPITULO III

INFLUENCIA DE LA RADIO Y LA TELEVISION EN LA VIDA -- DEL HOGAR Y SUS REPERCUSIONES EN LA ESCUELA.

La televisión y la radio son medios masivos de difusión, los cuales no únicamente ofrecen una ayuda eficaz y permanente en la comunidad, sino que influyen en los conocimientos, deseos, actividades económicas, manera de sentir y actuar.

La televisión y la radio ejercen gran influencia en la acción del grupo humano y por consiguiente también en el hogar, la cual resulta ser positiva y negativa. En el aspecto positivo podemos decir que estos agentes educativos extraescolares despiertan en el individuo nuevas inquietudes y es principalmente en la niñez, donde se nota esto, ya que el niño de tres años en adelante hace preguntas para satisfacer su curiosidad y el deseo de saber y conocer aquello que no entiende, esta actividad es consecuencia misma de estos medios de difusión. El mismo niño se entusiasma y se aficiona a ver y escuchar novelas y programas de todos tipos, aprende el vocabulario que en ellos advierte, imita gestos, actitudes y desenlaces de los mismos. En una palabra, despierta al mundo de una manera precoz, pero lo más grave de todo, es que el grupo familiar en su conjunto se habitúa a dichas programaciones, que en muchos de los casos no tienen mensaje específico para su formación.

Es en el hogar donde comienza a creársele un mundo irreal al niño. Comienza ahí la corriente que en gran parte estará contra la educación sistemática.

En el aspecto negativo, encontramos que se difunden programas completamente deformativos que son verdaderas escuelas del crimen, series extranjeras dobladas al español que dan una imagen que no corresponde a la nuestra, abuso de música extraña que desnaturaliza nuestras tradiciones y al mismo tiempo, el arte como valor cultural; en la propaganda perniciososa que induce a los jóvenes al alcoholismo, en el empleo del sexo como instrumento para la promoción publicitaria y en el abuso de tantos programas que inducen a los jóvenes a un clima de violencia y degeneración sexual.

La radio y la televisión han contribuido en gran parte a la degradación de determinado sector de la juventud y que las amas de casa desatiendan su hogar, debido a que ven ó escuchan telenovelas ó comedias que se prolongan por tiempo indefinido, comedias cursis y sentimentales que generan en grado sumo la conformación afectiva del individuo.

Desgraciadamente en México la televisión y la radio ofrecen programas de poca calidad en cuanto a la formación del individuo, pero a pesar de sus cualidades y defectos de la estructura actual, "han hecho bienes incalculables puesto que nos han permitido estar informados y partícipes directamente de los acontecimientos actuales; pero a pesar de estos beneficios hay que aunar que los objetivos son puramente lucrativos ya que se busca por encima de todas las cosas complacer las masas y ya sabemos que los estímulos a que esta responde no son siempre los más ele

vados, resultando un lamentable demérito de la calidad de los programas, pues al buscar el mayor auditorio posible, se hacen concesiones al mal gusto de éste y se corrompe la programación.

A continuación se enumeran algunos tipos de programas que pasan por la televisión, tiende a identificarse con el héroe victorioso y supone de antemano que éste ganará.

1).-Intercomunicación constante entre lo informativo real y lo imaginario novelesco; la aventura y la fantasía de algunas superproducciones cinematográficas se mezclan con los temas de amor y de vida intimista, de modo que en lo imaginario se busca lo real y en lo real sus rasgos imaginarios.

2).-La influencia de los ídolos; ya sean estrellas de cine, campeones deportivos, príncipes ó play boys; para muchos se trata de modelos de actuación que representan un estilo de vida basado en el bienestar de la comodidad.

3).-La violencia: aparece no solo en el sector novelesco imaginario, sino también en la vida real - reflejado en la masiva difusión de las crónicas de sucesos.

4).-El erotismo visible: sobre todo en su uso publicitario que en ciertos casos, presenta a la mujer como un objeto, una de las consecuencias, advertida ya en algunas sociedades desarrolladas es el debilitamiento en la diferenciación sexual.

5).-La felicidad: idea central de todo el sistema y que involucra al individuo, lográndose básica--

mente a través del amor, no es trascendente, sino -- que es la felicidad del momento presente.

6).-El amor, la culminación de la plena realización de la personalidad; una especie de amor sintético que pretende reunir en sí, elementos físicos espirituales.

7).-Promoción de valores femeninos, a base de - temas como el amor, la comodidad, el hogar, que pre-dominan generalmente sobre los temas proyectivos más propios del hombre (agresión, aventura, muerte), un-dato significativo es el extraordinario desarrollo - que han tenido en los últimos años las revistas femeninas que recogen los citados temas.

8).-Valorización de la juventud, en el sentido-de que la sociedad desea quitarse hoy, el hombre no-quiere envejecer y los límites de la edad útil para-el trabajo retroceden, han aparecido el adulto juve-nil de 40 a 50 años.

Los medios de comunicación social y especialmente la televisión están dirigidos a amplias audien-cias con las que no es posible establecer un contacto individualizado y que por otra parte presentan la homogeneidad como característica, se trata de un conglomerado muy diversificado, igualmente el destinario del mensaje es desconocido por el comunicado, -- sus mensajes se dirigen a aquellos a quienes puedan-interesar.

El mensaje es público,ápido y transitorio. Al-no dirigirse especialmente a nadie, la comunicación-está sujeta al control indiscriminado del auditorio-

por lo demás el mensaje es simultáneo, efímero y pa-
recederó.

La televisión es un producto de la sociedad en
que se vive, y se produce una influencia mutua, rec-
cíproca entre sí, por lo que se concluye que sí pue-
de influir en los valores y niveles morales del in-
dividuo.

La influencia de la televisión en la labor edu-
cativa, actúa, pero como un medio auxiliar en casos
muy específicos, puede substituir al maestro o a -
la escuela, en ocasiones los programas educativos -
interfieren el horario de clases por lo que estos -
se tienen que suspender alterando así el método, --
ritmo y trabajo del maestro.

Para ilustrar la actividad técnica podemos ma-
nifestar la utilidad de la radio dentro de la socie-
dad en los diferentes aspectos:

Es un medio informativo, ya que en las activi-
dades de éste nos dan a conocer los sucesos ocurri-
dos dentro y fuera de nuestro país, por medio de --
las noticias.

En lo cultural a través de programas que dia--
riamente enfocan las técnicas y elementos que el in-
dividuo debe usar para el desempeño de su trabajo y
así obtener buenos resultados.

Por medio de estos aspectos, cada uno adque--
re conocimientos aumentando así, nuestra cultura.

CAPITULO IV

EDUCACION ASISTEMATICA.- REALIDADES Y OPINIONES.

Ya se habló de la importancia que en nuestro país tienen, el cine, radio, prensa y televisión, De la contradicción que existe en cuanto al contenido de lo que se difunde, la psicología sobre la cual se fundamenta dicha publicidad y los efectos que producen en nuestro pueblo que carece de un criterio para discernir y sacar solo lo positivo de todo cuanto vé, oye y lee en los medios contemporáneos de difusión.

Nos queda analizar en qué forma se aplican a la educación estos medios. Sabemos que de antemano no solo los medios citados ejercen influencia poderosa en todos los habitantes de nuestro país sino todo aquello que en su conjunto constituyen un verdadero sistema educativo, pero de una manera asistemática, extraescolar.

A este sistema el profesor José Antonio Murillo lo llama agencias de educación extraescolar, entre los que cita:

- a).-El estado y su conjunto, cada una de sus dependencias.
- b).-Dentro del estado mexicano en particular la S.E.P. y algunas de sus dependencias.
- c).-Partidos políticos.
- d).-Iglesias.
- e).-Agencias de divulgación.
- f).-La televisión, el cine, radio, prensa, teatro, bibliotecas, museos, parques, jardines, zoológicos.

cos, monumentos coloniales, zonas arqueológicas, deportes, el ambiente natural y social.

A los que agregamos nosotros, familia calle y centros de diversión y vicios.

A simple vista nos damos cuenta qué poderosa es la educación del mexicano, la recibe fuera de las instituciones de educación sistemática. Sin embargo en la actualidad nuestro país se está aplicando en la educación intencionada, por ejemplo:

- a).-Telesecundaria por T.V.
- b).-Alfabetización por radio y T. V.
- c).-Brevarios culturales por radio.
- d).-Programas documentales, pasajes de zonas arqueológicas.
- e).-Temas científicos, históricos, artísticos, etc., por la prensa.
- f).-Visitas y excursiones a todos aquellos centros ó lugares que puedan reportarse como auxiliares educativos especiales ó generales.

Además de esos programas, publicaciones y cuyos diversos fines son intencionados, encontramos otros como auxiliares en la enseñanza dentro del salón de clases, es decir proyecciones de películas, en televisión ó lecturas seleccionadas de la prensa, etc.

Los objetivos de las agencias educativas extra-escolares para Luis Arturo Lemus, deben ser:

- a).-Preparar a los alumnos para una vida democrática.
- b).-Impulsar en los alumnos el interés por ciertas actividades.

- c).-Ofrecerles oportunidad para desenvolver su auto-control.
- d).-Estimular su interés no existente todavía en los educandos.
- e).-Ofrecer oportunidades para el uso inteligente -- del tiempo libre.
- f).-Aumentar el interés del individuo por la escuela.
- g).-Ofrecer oportunidades para la práctica de la cooperación.
- h).-Desenvolver habilidades físicas, artísticas, sociales y culturales.
- i).-Desenvolver responsabilidades por los problemas individuales y los de la escuela.
- j).-Desenvolver habilidades en actividades especiales.
- k).-Realizar favorables inclinaciones evitando los - prejuicios sociales, raciales y culturales.
- l).-Ofrecer oportunidades para el trabajo expresivo y creador.
- m).-Prodigar entrenamiento en buenas maneras.
- n).-Desenvolver la personalidad y el caracter.
- ñ).-Extender y complementar el trabajo elaborado en los salones de clase.
- o).-Intercambiar relaciones entre elementos de otros grados, con otras escuelas de la comunidad.
- p).-Desarrollar los programas ó actividades de exploración y orientación vocacional, educacional y - emocional.

Esto sería, en un país democrático, pero como se dijo anteriormente, el nuestro aún pretende ser demo

crático aunque se dice que ya vivimos en la democracia, por tanto los objetivos son completamente disím-bolos de los que la S.E.P. se traza en sus funciones.

Asentamos por último que todo eso que se ha mencionado como extraescolar, debe ser utilizado como auxiliar para ampliar los conocimientos que en el salón de clases se imparten, pero nunca sustitutos del maestro, claro que para ello es necesario que el estado destaque una esmerada vigilancia en todos aquellos que tenemos los objetivos señalados en este trabajo y que corresponden a la educación verdaderamente democrática.

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

- 1.-El hombre es una consecuencia de sus interrelaciones naturales y sociales a través de su propia -- historia.
- 2.-Los medios masivos de comunicación influyen grandemente en la formación psicológica, moral y social del individuo.
- 3.-La divulgación de las ideas ha alcanzado un desarrollo tomando como base los aspectos de la vida -- emotiva y afectiva de la persona.
- 4.-Merced al régimen socio-económico en que vivimos -- existe una enorme contradicción por cuanto a las -- comunicaciones y su contenido con respecto a la -- realidad cultural del pueblo.
- 5.-Al mexicano se le motiva con facilidad, lo cual -- es aprovechado por los propagandistas.
- 6.-Los medios que emplea el propagandista en cine, -- radio y televisión son muy efectivos.
- 7.-Por carecer de un pensamiento crítico nuestro pue -- blo es presa fácil de la publicidad, la que produ -- ce efectos mágicos de su psiquismo.
- 8.-Los medios de difusión, radio y televisión; ejer -- cen gran influencia en los hogares, pero puede -- ser positiva ó negativa.
- 9.-Los objetivos de estos medios, son más que nada -- lucrativos, pues explotan la incultura y el esca -- so criterio de nuestro pueblo.
- 10.-La Secretaría de Educación Pública, no aprovecha -- en toda su intensidad el tiempo disponible que -- por la ley le corresponde para la programación --

educativa y cultural.

- 11.-El cine, radio y televisión han influido negativamente en la conformación de la personalidad -- del individuo sobre todo en el aspecto cultural-- ya que éste no se dirige con términos puramente-- científicos.
- 12.-El efecto directo de maestro-alumno, es motiva-- ción para el aprendizaje, lo que hace imposible-- que algún medio de comunicación sustituya al --- maestro.
- 13.-Es en el hogar donde comienza a creársele un mun-- do irreal al niño, comienza ahí la corriente que en gran parte estará contra la educación sistemá-- tica.
- 14.-La radio y la televisión, factores que ejercen - gran influencia en la acción del grupo humano y- por ende también en el hogar, siendo esta in---- fluencia positiva y en ocasiones negativa.
- 15.-Los cuatro modeladores de las creencias del hom-- bre de hoy son: prensa, radio, televisión y cine-- matografía.
- 16.-La radio es agente de estabilización y de cambio social constituyéndolo en el vehículo idóneo pa-- ra la exposición de aspectos económicos, socia-- les y culturales.
- 17.-La radio forma gustos y moldea opiniones, no ad-- mitiendo fronteras materiales. Su única limita-- ción es la diferencia de idiomas.
- 18.-Tres tareas fundamentales tiene la radio: la in-- formativa, cultural y recreativa, contribuyendo-

al mejoramiento de las formas de convivencia humana.

- 19.-Es la radio un fenómeno esencialmente colectivo-- en que la dirección y organización planificada-- de sus programas llegan a millones de seres humanos.
- 20.-La prensa es un agente de uniformidad que influye en el modo de pensar y sentir de los lectores al describir la actualidad de modo continuo y cotidiano.
- 21.-La prensa tiene dos funciones que cumplir: una informativa y otra orientadora y educadora.
- 22.-Los medios informativos educan a la comunidad, -- persuadiendo al individuo a adoptar actitudes -- definidas sobre asuntos vitales de la vida pública.
- 23.-No toda la televisión comercial es mala, puesto-- que hay programas de gran talento artístico, películas de divulgación cultural y campañas cívicas que afirman la personalidad del mexicano.
- 24.-El nivel cultural de nuestro pueblo es muy bajo, y por tanto fácil de dejarse influenciar por los medios de difusión.
- 25.-El maestro en su papel de orientador debe tomar-- una postura en la cual no quede en entredicho su personalidad.
- 26.-La educación debe transcurrir en un ambiente tan limpio que no inocule malicia alguna al niño lo-- grándose esto mediante una orientación adecuada, sobre lo que oye, vé y lee.

- 27.-Un aspecto positivo de la educación se convierte en negativo cuando lo expresado confunde dada la incultura de nuestra sociedad.
- 28.-No solo los medios de difusión ejercen influencia poderosa en todos los habitantes del país sino también algunas instituciones particulares y gubernamentales.
- 29.-Las aportaciones de los medios de comunicación deberán llevarse al aula para discutir su contenido, positivo ó negativo.
- 30.-Los procedimientos modernos de comunicación, sin embargo, han sido la causa del progreso del mundo entero.
- 31.-Todas las formas de difusión del pensamiento penetran simultáneamente por todos nuestros sentidos haciéndonos partícipes del fenómeno.
- 32.-La influencia psicológica y social que causan los medios masivos de difusión son fuerzas ambientales que modifican la forma de pensar, sentir y actuar.
- 33.-Actualmente se conocen las motivaciones de diferentes tipos de grupos y la dinámica de sus estructuras, conducen la percepción y la inteligencia hacia cualquier propósito.
- 34.-La cultura y una parte muy importante de ella, la información, llega al pueblo por muy diferentes áreas de intereses comerciales, políticas e industriales.
- 35.-Los medios de comunicación masiva son el espejo de la comunidad social y a través de ellos se

manifiestan diferentes formas culturales.

- 36.-Es tal la influencia de los medios masivos por su penetración y alcance, por entrar en los hogares que su mal uso podría causar graves problemas al pueblo.
- 37.-Considerando que los medios contemporáneos de comunicación, moldean la creencia y conciencia del individuo se debe cuidar los efectos psicológicos y sociales que producen.
- 38.-Así mismo, los medios de difusión influyen, persuaden y presionan; pueden ser instrumentos de buenas causas y de peores también.
- 39.-La prensa llamado el complemento de los tres poderes gubernamentales, se sujetan exclusivamente a intereses de clases que les convienen, haciendo a un lado el fin primordial para el cual fué creado.
- 40.-La propia S.E.P., lleva en sus funciones la afirmación y la negación; ya que autoriza programas y métodos educativos, pero también folletos y revistas que deforman la mentalidad del hombre.

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

- 1.- D. Agramonte, Roberto. Sociología Parma Mex.1965
- 2.- Estudios de la Psicología del Mexicano F. Tri--
lles S. A.
- 3.- Ciencia de la Educación. Salvador Hermoso Nájera.
- 4.- El Maestro.Libro de Divulgación Tomo 18 S.E.P.
- 5.- Tecnología Educativa. Edición para Licenciatura-
S.E.P.
- 6.- González C. Pablo, La Democracia en México serie
popular.
- 7.- La Televisión. Biblioteca Salvat de grandes temas
- 8.- La Radio. Biblioteca Salvat de grandes temas.
- 9.- El Cine. Biblioteca Salvat de grandes temas.