

# Secretaría de Educación Pública

Subsecretaría de Educación Superior e Investigación Científica  
Dirección General de Capacitación y Mejoramiento Profesional  
del Magisterio

Dirección de Licenciaturas para Maestros en Servicio  
Licenciatura en Educación Primaria

## "Los Medios de Comunicación Masivos y su Influencia en la Personalidad del Niño"

Tesis Profesional  
Que para obtener el título de:  
Licenciado en Educación Primaria  
presenta el Profesor  
Manuel Madrigal Sagrero

Morelia, Michoacán Agosto de 1978.



DEDICATORIAS:

A mis hijos Alex y Juan Carlos, por quienes cualquier esfuerzo o sacrificio resulta insignificante, si en algo contribuye a su formación.

A mi hermano Rogelio, quien venciendo grandes obstáculos ha logrado forjarse profesionalmente, suguriéndole un porvenir brillante.

# INDICE

	PAGINA
PROLOGO.....	1
PROBLEMA, HIPOTESIS Y OBJETIVOS.....	4
<b>CAPITULO I</b>	
<b>"LA COMUNICACION COMO UN FACTOR DE INTEGRACION SOCIAL"</b>	
1.1.-Los orígenes de la comunicación.....	5
1.2.-La evolución de los medios de comunicación y su importancia en la sociedad.....	7
1.3.-La comunicación como factor que modifica el comportamiento de los grupos humanos.....	13
<b>CAPITULO II</b>	
<b>"ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE LA COMUNICACION"</b>	
2.1.-La Fuente de la comunicación.....	14
2.2.-El Encodificador.....	15
2.3.-El Mensaje.....	17
2.4.-El Canal.....	19
2.5.-El Decodificador.....	20
2.6.-El Receptor de la comunicación.....	21
<b>CAPITULO III</b>	
<b>"LA COMUNICACION Y LA PERSONALIDAD DEL NIÑO"</b>	
3.1.-¿Qué es Personalidad?.....	23
3.2.-¿Cómo influyen los medios masivos de comunicación para modificar la conducta humana?.....	25
3.3.-¿Puede el niño permanecer al margen de los efectos causados por los medios de comunicación?.....	27
3.4.-Principales medios masivos de comunicación y su importancia en el desarrollo de la sociedad.....	29
<b>CAPITULO IV</b>	
<b>"LOS MEDIOS DE COMUNICACION COMO AUXILIARES DEL MAESTRO"</b>	
4.1.-Su importancia como auxiliares didácticos.....	42
4.2.-Abuses en su utilización.....	45
CONCLUSIONES.....	47
PROPOSICIONES.....	50
ANEXOS.....	52
BIBLIOGRAFIA.	

## PROLOGO

Al asomarnos a la puerta que nos conduce al prodigioso y sofisticado mundo de la comunicación, nos encontramos asombrados de los avances logrados en este campo, cuya presencia en los acontecimientos sobresalientes de la humanidad es indiscutible.

El hombre, es un ser social por naturaleza, está sujeto a las disposiciones y cambios que se operan en el grupo social al que pertenece. Su adaptabilidad depende de la efectividad de las relaciones que establezca con sus semejantes y éste lo logra a través de la comunicación. Utilizar los medios a su alcance de la manera más adecuada es parte de su compromiso. El hecho fundamental de la existencia humana, solo se explica en cuanto establezcamos relaciones "vivas" con otros hombres, es decir, establecer una comunicación en cualesquiera de sus manifestaciones.

A partir del inicio de la comunicación espacial en 1957, el hombre ha emprendido una serie de descubrimientos tecnológicos buscando un mayor grado de eficiencia y economía de tiempo, se ha ido automatizando paulatinamente, a tal grado que ha perdido gran parte de su individualidad. Su actitud es puramente receptiva en la información verbal, en cambio con la información electrónica, el hombre pierde la propiedad de su acción, pues este tipo de comunicación condiciona sus procesos reflexivos, convierte al sujeto en un objeto, en una máquina más, que será presa fácil en esta voraz sociedad de consumo en la cual nos desenvolvemos, donde en nombre de-

la tecnología se justifican los crímenes más grandes cometidos contra la humanidad.

Es interesante observar que vivimos el llamado "Siglo de las Comunicaciones", donde paradójicamente, de lo que más sufre la humanidad es la falta de una comunicación eficaz.

Nuestra sociedad está en crisis, el hombre es capaz de destruirse a sí mismo y a todas las manifestaciones de vida existentes en nuestro planeta. La tecnología le ha proporcionado los recursos suficientes para poder manejar a su libre albedrío la energía que conforma nuestro universo, un pequeño error sería suficiente para desintegrar lo que la humanidad ha logrado a través de miles de años.

Es incuestionable que la tecnología ofrece al hombre mejores y mayores perspectivas para aliviar los problemas que afronta diariamente, sin embargo, el avance de estos elementos no justifica que el individuo en contraste, pierda la capacidad de comunicación con sus semejantes, que en cierta manera se afale de la sociedad, porque esta falta de relaciones lo condenarán fatalmente a un estado de frustración y de impotencia, negándose a sí mismo el derecho a realizarse plenamente como ser humano.

En este trabajo, se pretende trazar un breve bosquejo acerca de los medios de comunicación masivos y la influencia que ejercen en la formación de la personalidad del niño, de la responsabilidad que tenemos como educadores para encauzar en forma adecuada su educación, buscando combatir las deformaciones que ocasionan en su conducta al sustraerlo de

la realidad social en que vive, convirtiéndolo en un elemento carente de iniciativa, sujeto a esa compleja maquinaria-- representada por la comunicación electrónica actual.

Trataremos de analizar los aspectos más relevantes de los medios masivos de comunicación como son: sus orígenes, -- elementos principales que en ella intervienen, su influencia en los grupos sociales, su utilización como auxiliares didácticos y los abusos en su manejo, procurando ofrecer un panorama preciso de estos interesantes temas, esperando lograr-- los propósitos previstos en la planeación de este trabajo.

TEMA: "LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVOS Y SU INFLUENCIA--  
EN LA PERSONALIDAD DEL NIÑO".

PROBLEMA: ¿Influyen de manera determinante los medios masi--  
vos de comunicacón en la formación de la perso--  
nalidad del niño?

HIPOTESIS: Los medios masivos de comunicacón, son factores--  
que intervienen en la formación de la personali--  
dad del niño.

OBJETIVOS:

- ✓ 1.-Analizar la importancia que tienen los medios--  
masivos de comunicacón como modificadores del  
comportamiento humano.
- 2.-Precisar y dar una visión general de los ele--  
mentos que intervienen en el proceso de la co--  
municacón.
- ✓ 3.-Demostrar la influencia que ejercen los medios  
de comunicacón masivos en la formación de la--  
personalidad del niño, efectos que producen.
- ✓ 4.-Determinar la importancia que tienen los medios  
masivos de comunicacón como auxiliares del---  
maestro en sus tareas educativas.
- 5.-Obtener conclusiones y proponer soluciones al--  
problema planteado.

## C A P I T U L O I

### "LA COMUNICACION COMO UN FACTOR DE INTEGRACION SOCIAL".

#### 1.1. LOS ORIGENES DE LA COMUNICACION:

Siendo el lenguaje articulado una atribución específica del hombre, cuya capacidad de raciocinio le permite aumentar sus niveles de información a través de la palabra, vínculo de comunicación con sus semejantes, con las cosas, con el mundo que le rodea. Siendo además, una función que no se adquiere por instinto sino que es recibida en primer término como una manifestación primaria que comprende una síntesis interpretativa de las situaciones, ideas o conceptos que pretendemos comunicar.

El lenguaje, fue quizá anterior a las manifestaciones más rudimentarias de la cultura material y precisamente a través de él, se hicieron posibles dichas expresiones, es el único camino conocido para llegar al pensamiento.

Numerosas teorías han tratado de explicar el origen del lenguaje, unas le atribuyen un origen divino (Teoría Tradicionalista), otras lo definen como "La descripción del objeto por medio del sonido" (Escuela Sociológica de Tardé), o bien nos dicen que el lenguaje "Es un sistema de signos por medio de los cuales el hombre elabora, expresa y comunica sus pensamientos" (Dicc. Enciclopédico Salvat: VII, Pág. 1981)

En fin, podríamos seguir analizando infinidad de conceptos y teorías acerca del origen del lenguaje, lo cierto es que el hombre ha sido capaz de emitir sonidos, que de un proceso rudimentario de articulación y como fruto de una



constante evolución, pasó a la unión de esos sonidos formando fonemas, alcanzando así la verdadera expresión de sus --- pensamientos.

### 1.1.1. CONCEPTO DE COMUNICACION:

El verbo Comunicar, proviene de la voz latina COMUNICARE, que significa "Puesta o poner en común".

En su acepción más general, COMUNICACION (De Communicatione o Communicationis): <sup>Es la</sup> "Acción y efecto de hacer a otro -- partícipe de lo que uno tiene, descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa, consultar, conferir con otros un --- asunto, tomando su parecer" (Hacia una comunicación Administrativa Integral.- Pág.24).

"Comunicación es trato, correspondencia, reciprocidad --- amistosa entre dos o más personas" (Dicc. Enciclopédico Salvat, III.-pág.831).

Como fácilmente se puede apreciar, en las anteriores -- definiciones no existe una diferencia sustancial en cuanto a su concepto, hay coincidencia en cuanto que comunicación -- es toda transmisión de conocimientos o informaciones entre dos o más personas, lo que constituye la relación entre emisor y receptor.

*gracias a ella*

El hombre por su naturaleza permeable al pasado, inicia sus tareas a partir de lo realizado por otros, aprovechando las experiencias de sus semejantes. Si no fuera por esta --- transmisión de conocimientos, el hombre estaría fatalmente --- condenado a comenzar cada vez desde el principio si no tuviera la capacidad de asimilar, de pensar, de contribuir con-

algo nuevo para enriquecer el acervo cultural del grupo --- social.

En conclusión, habremos de afirmar que la comunicación es el elemento que debe darle fuerza y cohesión a la sociedad, justificando así uno de los hechos fundamentales de la existencia humana: participar a otros de nuestras experiencias y conocimientos.

## 1.2. LA EVOLUCION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y SU IMPORTANCIA EN LA SOCIEDAD.

Como todo grupo social, los pueblos primitivos tenían necesidad de establecer comunicación, utilizando para ello instrumentos muy rudimentarios y un lenguaje pariente --- mímico.

Superada esta etapa, estructuran y dan significación a un sistema de señales fonético, con el cual expresaban con mayor claridad y sencillez sus pensamientos.

El descubrimiento de la agricultura origina el florecimiento de otras actividades igualmente importantes dentro del acontecer de la humanidad, como la cerámica. La agricultura hace posible el surgimiento de grandes civilizaciones, constituyendo factores determinantes en su cultura y economía. De esta manera cumplen con su tiempo, utilizando y perfeccionando los medios de comunicación a su alcance, legando a la humanidad sus descubrimientos, que no por simples dejan de tener una gran importancia como antecedentes de nuestra época.

Posteriormente viene el florecimiento de las grandes---

culturas de la antigüedad: Grecia, China, Egipto, etc., dejando una huella imborrable. Sus conquistas y colonizaciones a lo largo y ancho de sus dominios establecen nuevos vínculos--- culturales entre las metrópolis y sus colonias, logrando --- romper el aislamiento que existía en las comunidades primitivas, ampliando su radio de acción a través de sus viajes y con el descubrimiento de nuevas rutas comerciales.

Las grandes potencias tienden a perfeccionar sus vías y medios de comunicación como un recurso de dominación sobre los territorios conquistados, buscando absorber y someter a los pueblos más débiles, obligándoles a aceptar su --- cultura, manteniendo de esta manera su supremacía absoluta.

Ejemplo típico de lo anterior lo constituye el imperio romano, que aprovechando sus afanes de conquista sometió a la mayoría de los pueblos mediterráneos arrasando y limitando sus fuentes culturales.

Su tendencia militarista y su capacidad para convertir se en una potencia del mundo antiguo, le permiten ampliar -- sus dominios por toda Europa llegando a invadir a uno de -- los pueblos más brillantes de esta etapa; los griegos, iniciándose con este hecho el fin de la Magna Grecia.

Después, durante el período de la Edad Media, únicamente pequeños grupos tienen acceso a la información, la que generalmente se concentra en los conventos. El proceso de acumulación de la cultura en esos círculos obedeció a la tendencia generalizada entre los nuevos conquistadores, de rechazo absoluto a la cultura y sus manifestaciones por considerar-

las signos de afeminamiento. Es así como el acopio de informaciones valiosas se realiza casi en la clandestinidad.

Con el descubrimiento de la Imprenta termina el silencio de los claustros, se vuelven los ojos hacia la cultura-- griega, dándose un impulso determinante a la ciencia, las artes y la cultura en general.

Con este acontecimiento, aparece un nuevo tipo de relación y comunicación: la letra impresa.

El libro es el primero de los grandes medios de comunicación que puede llegar a un mayor número de personas, haciendo posible el archivo de documentos valiosos, adquiriendo la cultura un carácter popular, siendo este período uno de los más brillantes por la gran cantidad de descubrimientos y la difusión inusitada que se le dió a la cultura, en contraste con la posición elitista de la Edad Media.

Para terminar el análisis de este aspecto, daremos una visión general destacando los datos más característicos de cada etapa histórica, valiéndonos de lo expuesto en la obra "Hacia una Comunicación Administrativa Integral".-Páginas-- 309-311.

1.2.1. LOS PRIMEROS 1500 AÑOS DE LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN SE CARACTERIZAN ENTRE OTRAS COSAS POR:

1.2.1.1. Alto nivel de control en la información;

1.2.1.2. La generalidad de los datos transmitidos se formaliza solo con la palabra hablada, por excepción se anotan y registran en los libros, escritos manualmente y de difícil acceso;

1.2.1.3. La información es "plana", o sea, en una dimensión--  
narrativa sin entrar en mayor detalle.

1.2.2. DESPUES DE APARECIDA Y DIFUNDIR LA OPERACION DE LA  
IMPRESA:

1.2.2.1. Restricción del contenido de la información por---  
parte de los sistemas de gobierno (Censura);

1.2.2.2. Dificultad para tener acceso a los ejemplares pu-  
blicos;

1.2.2.3. Orientación de la conducta del emisor, para adoptar  
la actitud pasiva y conformista sobre el estado de  
cosas.

1.2.3. MOVILIZACION SOCIAL DERIVADA DEL ENCICLOPEDIISMO Y --  
DIFUSION DE ESTE:

1.2.3.1. Liberalización de la censura;

1.2.3.2. Orientación de la conducta y actitud del receptor-  
hacia una concepción integral de la vida social;

1.2.3.3. Proyección de sensibilización hacia una actitud --  
positiva en el cambio de las estructuras sociales,  
a partir de la necesidad de eliminar definitiva---  
mente el absolutismo.

1.2.4. LA LETRA IMPRESA REVOLUCIONARIA:

1.2.4.1. Superado el Estado gubernamental monárquico, simul-  
táneamente a la tendencia liberalizadora para el--  
uso y manejo del pensamiento y la expresión indi-  
vidual, la comunicación social se orienta a modifi-  
car la actitud individual del ser humano, proyec---

tándolo hacia las ventajas del sistema liberal;

1.2.4.2. Proyección del primer sistema formal orientado hacia la economía de libre empresa, que engendraría-- posteriormente al capitalismo liberal y después,-- la sociedad de consumo;

1.2.4.3. Uso homogéneo y persuasivo de los medios masivos-- de comunicación social, a fin de obtener reacciones inmediatas del público lector en pro de las causas enarboladas por el pensamiento revolucionario.

1.2.5. DURANTE LA REVOLUCION INDUSTRIAL Y SU ETAPA POSTE --  
RIOR:

1.2.5.1. La comunicación masiva se pone al servicio ilimi-- tado del Estado Liberal y de las personas que ma-- nejan los medios de producción;

1.2.5.2. Orientación de los medios de comunicación para obtener la reacción de aceptación en función de un-- sistema político;

1.2.5.3. Diseño de los primeros sistemas de manejo homogé-- neo y estructural de la opinión pública;

1.2.5.4. Las técnicas para elevar los instrumentos de comunicación masiva se perfeccionan;

1.2.5.5. Aparece el linotipo;

1.2.5.6. La comunicación social, empieza a perfilar los servicios que puede prestar en la sociedad de consumo, cuyos antecedentes los encontramos en esta época.

1.2.6. LA COMUNICACION ACTUAL:

- 1.2.6.1. Aumenta la percepción individual hacia otras posibilidades para asimilar información, así como facilita la receptividad hacia distintas formas de expresión;
- 1.2.6.2. Rompe la realidad individual y convierte al ser humano en objeto y sujeto de uso, disfrute y consumo de satisfactores, según el modelo de comunicación social que se adopte;
- 1.2.6.3. Difusión y estímulo de la adquisición de conocimientos y de la información, modificando inicialmente el contexto de que en una sociedad de consumo se vale en función de lo que se tiene, usa, posee o disfruta, y no en relación de los valores y capacidades personales;
- 1.2.6.4. Los instrumentos de comunicación son variados y complicados, dando como resultado una sociedad altamente tecnificada, pero frágil, pues una simple interrupción de energía eléctrica es capaz de producir el caos y el desconcierto, poniendo en peligro la estabilidad en una ciudad con 20 millones de habitantes como es Nueva York, prototipo de las sociedades de consumo del mundo industrializado.

Total que el hombre a través de los grandes descubrimientos tecnológicos en lugar de liberarse, ha ido reforzando esa red tan sutil en la que va cayendo prisionero irremediablemente.

### 1.3. LA COMUNICACION COMO FACTOR QUE MODIFICA EL COMPORTAMIENTO DE LOS GRUPOS HUMANOS.

Es evidente el papel importantísimo que ha tenido la comunicación en el establecimiento de relaciones entre los diferentes grupos sociales que han habitado nuestro planeta a lo largo de su historia, desde el hombre primitivo hasta nuestros días, desde el uso de instrumentos rudimentarios hasta los viajes interplanetarios, el hombre ha ido reconstruyendo paso a paso su estructura social como consecuencia de la influencia del medio, perfeccionando sus elementos buscando aprovechar las experiencias pasadas, canalizándolas en su beneficio.

Los medios de comunicación, además de fortalecer y activar las relaciones de convivencia en la sociedad, se convierten en elementos básicos generadores del cambio social. El hombre como integrante de ese núcleo, no puede permanecer al margen de estos acontecimientos, debe modificar sus formas de conducta para adaptarse y responder en forma adecuada a las nuevas situaciones que los medios de comunicación le presentan, como partes fundamentales del medio ambiente en que se desarrolla.

El hombre no puede vivir aislado, sencillamente no existiría.

La relación existente entre comunicación y sociedad, determina en su momento las características distintivas del comportamiento y estructura social adoptados por una comunidad o grupo social específicos.



## C A P I T U L O   I I

### "ELEMENTOS QUE INTERVIENEN EN EL PROCESO DE LA COMUNICACION"

En este capítulo habremos de analizar cada uno de los componentes que integran un MODELO DE COMUNICACION, señalando sus características principales.

#### 2.1. LA FUENTE DE LA COMUNICACION:

La fuente constituye el origen, el punto de partida del proceso comunicativo.

Podemos decir que toda comunicación humana tiene una fuente, constituida ésta por una serie de datos, que son el antecedente para el conocimiento de una cosa, los cuales se encuentran dispersos en la naturaleza. Pueden ser ideas, conocimientos, relaciones, magnitudes, sentimientos, acontecimientos, etc., en general, manifestaciones del mundo sensible o ideal, carentes de significado mientras no sean procesados e integrados para darles un sentido o una utilidad.

Al considerar a la fuente como el origen del proceso de la comunicación del hombre con sus semejantes, el que al integrar los significados que quiere transmitir, siempre lo hace con un objetivo, con una razón, con el propósito de lograr que el receptor manifieste la conducta que nosotros deseamos.

No debe existir la comunicación sin haber establecido previamente los objetivos que pretendemos alcanzar mediante este proceso.

La fuente debe tener constantemente presente al receptor, tiene la obligación de seleccionar el código adecuado--

con el fin de facilitarle la respuesta que habrá de emitir, en pocas palabras, debe estructurar estos elementos de manera que el receptor pueda entenderlos, que le llamen la atención, que le convenzan y le resulten conocidos para que en un momento dado respondan a sus intereses y necesidades, --- ahorrándole tiempo y esfuerzo para decodificar e interpretar el mensaje.

Debe considerarse además, que la actitud de aceptación o rechazo de ese mensaje depende de las habilidades comunicativas y de los conocimientos específicos que la fuente --- disponga para influir en realidad en el pensamiento del receptor.

## 2.2. EL ENCODIFICADOR:

Una fuente de comunicación después de determinar la --- forma en que desea afectar a su receptor, encodifica un mensaje destinado a producir la respuesta esperada en el re --- ceptor.

Existen cinco habilidades verbales y motrices en la --- comunicación. Dos de éstas, Hablar y Escribir son encodificadores; Leer y Escuchar, son habilidades decodificadoras y, la quinta, que es la reflexión o el pensamiento, es esencial para ambas.

Existen además otras habilidades como: la pintura, el --- dibujo, la gesticulación, etc., que pueden considerarse como --- pequeñas variantes de las enunciadas anteriormente, las de --- Hablar y Escribir.

Para llegar a traducir en código, en lenguaje los pro ---

órganos de la fuente, es necesario el encodificador, quien es el encargado de tomar las ideas de la fuente y disponerlas en un código, expresando de esta manera el objetivo de la misma en forma de mensaje.

En la comunicación de persona a persona, la función de encodificador corresponde a la misma fuente, la que es realizada por medio de su capacidad motora, como son sus mecanismos vocales, los que producen la palabra hablada, gritos, notas musicales, etc., los movimientos musculares de la mano, que dan lugar a la palabra escrita, la pintura y el dibujo; pueden ser también los sistemas musculares de las demás partes del cuerpo, las que originan los gestos del rostro, ademanes y posturas.

La diferencia que existe con sistemas de comunicación más complejos es que en éstos a menudo es separada la fuente del encodificador.

Si consideramos a la palabra hablada como uno de los factores esenciales del encodificador, es menester que la fuente busque realizar su objetivo de comunicación de la mejor manera posible, exteriorizar sus pensamientos de tal modo que el encodificador traduzca ese objetivo como un mensaje claro y preciso.

Estamos de acuerdo cuando se afirma que nuestras habilidades comunicativas, nuestra facilidad para manejar el código del lenguaje oral y escrito, repercuten sobre nuestra capacidad para encodificar pensamientos. La facilidad lingüística de una fuente de comunicación es factor importante

en este proceso, si es que no queremos vernos limitados en nuestra capacidad de expresar los propósitos y las ideas que disponemos.

### 2.3. EL MENSAJE:

Una vez que la fuente ha ordenado a su Sistema Nervioso Central que exprese su propósito a través del código seleccionado, lo transmite en forma de mensaje.

Los mensajes pueden tomar formas diferentes, como la palabra hablada o escrita, proyecciones fijas, pinturas, etc., en fin, cualquier clase de fenómeno que pueda ser interpretado significativamente por el receptor.

El mensaje representa realmente el resultado de la actividad de quien emite la comunicación. Cuando hablamos, nuestro discurso implica un mensaje; cuando escribimos, el mensaje es lo escrito.

Como causas que afectan la fidelidad del mensaje, consideraremos las siguientes: EL CODIGO, EL CONTENIDO Y EL TRATAMIENTO DEL MENSAJE.

Explicaremos brevemente en qué consiste cada una de estas causas:

#### 2.3.1. EL CODIGO:

Este puede definirse como todo grupo de símbolos que pueden ser estructurados de manera que tengan algún significado para alguien.

Todo lo que posee un grupo de elementos y representa un conjunto de procedimientos que pueden combinarse en forma significativa es un código. Para constatar si el conjunto

de símbolos constituyen un código, basta con aislar su vocabulario y advertir si existen formas sistemáticas (estructuras) para combinar tales elementos.

### 2.3.2. EL CONTENIDO:

En sentido estricto, se puede conceptuar como el material del mensaje que ha sido seleccionado de o por la fuente para expresar su propósito. Este material debe presentarse en determinado orden, las afirmaciones e informaciones -- que se proporcionan deben llenar este requisito. Las formas -- que disponemos para presentar las informaciones, determinan en su momento y en parte la estructura del contenido.

En principio, todo hecho o fenómeno, dato o experiencia, entre la gran variedad de objetos aprehensibles que nos --- ofrece el mundo, puede suscitar el contenido de la comunicación y convertirse en información dirigida hacia un objetivo.

En síntesis, cada parte de la información con sentido -- propio, puede considerarse como un elemento de contenido y -- la disposición o el orden de la misma enmarcan su estructura.

### 2.3.3. TRATAMIENTO DEL MENSAJE:

Hemos catalogado al código y al contenido como factores del mensaje. Al hablar de ellos se ha sugerido que la --- fuente-encodificador tiene a su disposición la posibilidad de hacer elecciones. Al encodificar un mensaje, puede elegir entre un código y otro, un conjunto de elementos dentro de --- cada código, o bien, el método de estructurar esos elementos.

Las decisiones personales o previamente programadas -- que toma o aplica el emisor de la comunicación al seleccionar el contenido y estructurar el código utilizable, constituyen el tratamiento del mensaje.

En el caso directo del hombre, su personalidad, nivel sociocultural, actitudes, conocimiento del problema y otros rasgos individuales, determinan el tratamiento que habrá de dar al mensaje, es decir, al hacer estas selecciones demuestra su "estilo", su manera peculiar de tratar sus mensajes, determinando sus características distintivas que lo habrán de diferenciar de sus semejantes.

#### 2.4. EL CANAL:

Podemos definir al canal como el vehículo de transporte para el mensaje, el cual habrá de dirigirse a cualquiera de los sentidos, o a varios a la vez, para su percepción.

Todos los mensajes deben ser transmitidos a través de un canal, su elección es importante en la determinación de la eficiencia de la comunicación.

Como fuente encodificadora, tenemos que decidir la manera en que habremos de canalizar los mensajes para que nuestro receptor pueda entenderlos, verlos, oírlos, tocarlos y en ocasiones hasta gustarlos y olerlos, en otras palabras, debemos considerar a los canales de la comunicación como las habilidades motoras del encodificador y las habilidades sensoriales del receptor. Será por medio de los sentidos por los que el receptor pueda percibir el mensaje que ha sido codificado y transmitido por una fuente encodificadora.

No podemos aislar los componentes uno por uno en el momento en que estamos tomando decisiones en la comunicación, todos ellos se encuentran entrelazados y son interdependientes. Una vez más, la comunicación es un proceso.

Con el objeto de lograr mejores resultados en el proceso educativo, debemos tomar en consideración que generalmente dos canales son más efectivos que uno solo, que será más fácil para el receptor decodificar un mensaje, si al mismo tiempo puede verlo y oírlo.

#### 2.5. EL DECODIFICADOR:

Como señalamos en líneas anteriores, de las cinco habilidades verbales y motrices que existen en la comunicación, leer y escuchar tienen funciones decodificadoras, agregándose a éstas la función reflexiva.

Así mismo dejamos establecido que no podemos separar a ninguno de los componentes del modelo de comunicación, en este capítulo hemos procedido a hacerlo en virtud de que deseamos establecer las características principales de cada elemento con un fin puramente analítico.

Aquél que en un momento dado es una fuente, ha sido un receptor. Los mensajes que emite están determinados por los que ha recibido. En el mismo caso podemos ubicar al receptor al tomar el lugar de fuente de comunicación.

Tomando en cuenta el concepto anterior, entonces podremos hablar del decodificador-receptor de acuerdo con sus habilidades comunicativas, esto es, que si el receptor no posee la habilidad de escuchar, leer y pensar, difícilmente

podrá estar capacitado para decodificar los mensajes que la fuente-encodificador le ha transmitido. Podemos considerar también desde el punto de vista de sus actitudes, la forma en que el receptor decodifica un mensaje está determinada, en cierta manera por sus actitudes hacia sí mismo, hacia la fuente y hacia el contenido del mensaje.

Para decodificar los mensajes, el receptor se vale de todos sus sentidos, estos mecanismos sensoriales habrán de facilitarle en gran parte su cometido, que consiste en decifrar los mensajes que la fuente le envía por medio de los códigos seleccionados.

En la comunicación intrapersonal, la fuente y el receptor son la misma persona; en la comunicación interpersonal, podemos considerar al decodificador de códigos como el conjunto de facultades sensoriales del receptor.

## 2.6. EL RECEPTOR DE LA COMUNICACION:

Considerando al receptor como el destinatario de la comunicación, como el elemento que al recibir un mensaje determinado habrá de modificar su conducta para contestar al estímulo recibido. Esta respuesta dependerá de sus habilidades comunicativas (escuchar, leer y pensar), de sus actitudes, sistema social al que pertenece, etc.

El receptor, es el eslabón más importante en el proceso comunicativo, es a quien está dirigido el mensaje, el que se encuentra en el otro extremo de la cadena comunicativa, que va a aceptar o rechazar el mensaje propuesto.

Cuando la fuente elige un código para manifestar su---



mensaje, debe elegir uno que le resulte conocido al recep--  
tor. Cuando se escribe, el lector es lo que interesa, cuando--  
hablamos, nos importa el que escucha, estos son aspectos que--  
no debe pasar por alto la fuente de la comunicación.

C A P I T U L O   I I I

"LA COMUNICACION Y LA PERSONALIDAD DEL NIÑO"

3.1. ¿QUE ES PERSONALIDAD?:

Al decir de Alport, "La personalidad es una organiza---  
ción dinámica individual de aquellos sistemas psicofísicos-  
que determinan su singular adaptación al ambiente".

Ampliando el concepto anterior, diremos que la persona-  
lidad "Es la forma de ser de una persona, debida a la pecu-  
liar organización del conjunto de sus caracteres psicofísicos  
y que se manifiesta a través de todos sus actos (voliti-  
vos, afectivos, sociales, etc.), lo que permite prevenir sus-  
posibles formas de conducta". (Diccionario Enciclopédico ---  
Salvat.-X, pág.2612).

Fundamentalmente se puede considerar que hay, entre---  
otras, dos entidades básicas que constituyen lo que se deno-  
mina personalidad: EL TEMPERAMENTO Y EL CARACTER, cuya evo-  
lución constituyen las fuerzas de acción que dinámicamente  
la forman.

Analicemos cada uno de estos aspectos.

3.1.1. EL TEMPERAMENTO:

El temperamento es una fuerza integrada por factores---  
hereditarios, suele definirse como "el modo habitual de reac-  
ción emocional de un individuo, dependiente de su constitu-  
ción afectiva original", es decir, es el conjunto de peculia-  
ridades fisiológicas y morfológicas de que dependen las di-  
versas reacciones emocionales de un individuo. Como ejemplo  
de algunas de estas peculiaridades podemos mencionar: la---

constitución orgánica congénita (que incluye la morfología; disposición y contextura de los tejidos, músculos y tendones, así como el mecanismo de reacción coordinada de todos ellos) El sistema endócrino (lo que origina que las hormonas del individuo provoquen estilos de comportamiento); la estructura del Sistema Nervioso Central y General (que permite descargas organizadas de energía), etc.

El temperamento, determinado por la herencia, puede ser modificado en virtud de las influencias ambientales. Las relaciones del individuo con el medio ambiente en que se desenvuelve, habrán de influir de alguna manera en sus manifestaciones temperamentales, mostrándose éstas siempre en formas afectivas: agrado-desagrado, simpatía-repulsión, preferencia-desdén.

Algunos autores han realizado algunas clasificaciones tomando en consideración diferentes rasgos somáticos, características sensitivas, volitivas o afectivas, pero todos esos puntos de vista resultan limitados si afirmamos que el ser humano es una integridad indivisible, que funciona correlativamente.

Si bien el estudio nos permite, por razones didácticas, abordar el conocimiento y explicación de esos rasgos en forma separada, sin embargo, no existe la posibilidad de su funcionalismo por partes, incluyendo el temperamento y el carácter como elementos formativos de la personalidad.

### 3.1.2. EL CARACTER:

El carácter, a diferencia del temperamento, no es un

factor hereditario, lo constituyen las fuerzas y estimulaciones ambientales que el individuo recibe.

Desde el punto de vista psicológico, el ambiente consiste en la suma total de estímulos que el individuo recibe, desde su concepción hasta su muerte.

*esto nos muestra*  
Todo indica que existe una fuerte interacción entre el organismo y su medio. La herencia aporta tendencias constitucionales, físicas y mentales, las que están sujetas a la acción modificadora de la educación y la cultura.

La reacción o el papel que asume la personalidad de un individuo en determinado momento, está condicionada al tipo de ambiente natural y social que le sirve de marco de desarrollo, constituyendo el conjunto orgánico y dinámico de las características básicas del individuo, que a la vez le sirven para configurar la estructura de su personalidad, determinando de esta manera su comportamiento ante los estímulos que se le presentan.

Concluyendo, para el estudio de la personalidad es necesario el conocimiento del temperamento y el carácter.

La personalidad resulta de factores hereditarios y ambientales que comprenden características cognitivas, afectivas, volitivas y físicas de un individuo, tal como se manifiestan a diferencia de otros, en suma, es el estilo de conducta global de cada ser.

### 3.2. ¿COMO INFLUYEN LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION PARA MODIFICAR LA CONDUCTA HUMANA?.

Un aspecto por demás importante como efecto fundamen--

tal de la comunicación masiva, es el hecho que se ha creado un proceso de transformación irreversible en la estructura mental y en la conciencia del hombre, principalmente en las generaciones jóvenes, quienes a consecuencia de lo anterior, parecen distanciarse de las generaciones adultas. No es la lucha intergeneracional que pudiera considerarse como normal por su repetición a lo largo de la historia de la humanidad, sino que ahora existe un abismo muy profundo entre los hijos de la televisión y aquellos hombres que se formaron al influjo de otros medios de comunicación muy diferentes.

De esta manera, determinamos los cambios que sufre la conducta humana, que modifica su comportamiento al impacto de la comunicación. Los medios de comunicación masiva en la actualidad funcionan como fuerzas sociales, culturales y educativas, afectando considerablemente las relaciones y experiencias cotidianas del individuo.

Con el avance vertiginoso de los medios masivos de comunicación, el hombre ha llegado a perder la propiedad de su acción, pues la comunicación de masas le condiciona sus procesos reflexivos, dificultando y obstruyendo su autocontrol y el libre ejercicio de su libertad y voluntad. Su conducta se torna habitual, emitiendo sus respuestas en forma automática y rutinaria, perdiendo eficacia al no tener bien precisado su objetivo o propósito. Al responder automáticamente a los estímulos recibidos, el sujeto está perdiendo gran parte de su individualidad.

U.S. 3. ¿PUEDE EL NIÑO PERMANECER AL MARGEN DE LOS EFECTOS ----  
CAUSADOS POR LOS MEDIOS DE COMUNICACION?.

Definitivamente el niño no puede sustraerse a estos ---  
efectos, su comportamiento siempre estará en relación con el  
medio en que se desenvuelva.

En realidad con la ayuda de los medios de comunicación  
masiva, el niño tiene acceso a todo un mundo de experiencias  
e informaciones. Es asombroso observar el caudal de conoci-  
mientos que el niño trae consigo al ingresar por vez prime-  
ra a la escuela.

Hoy día, cuando un alumno termina su educación secunda-  
ria, ha visto aproximadamente 15 mil horas de televisión y --  
500 películas cinematográficas en promedio, cuando durante --  
el mismo lapso, pasó escasamente 11 mil horas en el aula.

El tiempo que pasó viendo televisión y cine, aparte de  
otros "entretenimientos", constituye de por sí, un factor im-  
portante sea cual fuere su contenido.

El niño, conforme va creciendo, va adquiriendo gran can-  
tidad de conocimientos acerca de los sucesos y problemas ---  
mundiales y, tal vez, una mejor comprensión de la conducta ---  
y naturaleza humanas. Existe en él la tendencia de pensar en  
la forma de solucionar los "grandes problemas" que forman --  
su mundo.

Esta exposición del mundo en general tiende a ampliar-  
las fuentes de motivación en el niño.

En tiempos pasados, la familia, la iglesia y la escuela --  
constituían las tres grandes influencias en su desarrollo. --

Ahora todo ha cambiado, además de estos principios tradicionales se encuentra rodeado de una gran variedad de instrumentos que la tecnología ha puesto a su alcance, afectando indudablemente su concepto de autoridad y su capacidad de confianza.

En la era de los grandes descubrimientos científicos y tecnológicos, el niño asume una actitud de escepticismo en la comunicación, el maestro ya no puede funcionar como autoridad en toda la información.

El niño común, tiene todo un centro de información en su propia casa, donde por lo general no falta el receptor de televisión, además del radio y una gran variedad de periódicos y revistas que le proporcionan una considerable cantidad de información que le va a afectar en su comportamiento.

Es muy difícil poder precisar con exactitud el grado de influencia que ejercen los medios de comunicación masiva sobre el niño. No podemos distinguir por ejemplo, los efectos causados por la televisión, de aquellos que han sido producidos por otras condiciones sociales importantes que lo han estado afectando con su influencia al mismo tiempo.

Todo esto significa que esos medios son parte del ambiente total que nosotros como adultos ofrecemos a los niños, aunque algunos de ellos, como la televisión, son relativamente nuevos en este ambiente, sin embargo ya está produciendo efectos importantes en las formas conductuales que el niño manifiesta.

Desgraciadamente no podemos abrigar ya muchas dudas---

aceras de estos medios, los que constituyen una fuente im--  
portante de influencias sobre el niño y como tales, deben ser  
objeto de preocupación y acción constantes.

### 3.4. PRINCIPALES MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION Y SU IMPOR-- TANCIA EN EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD.

Aún es prematuro anticipar juicios fundados sobre el--  
impacto y consecuencias que para la sociedad de nuestro si--  
glo acarrea el uso indiscriminado de los medios de comuni--  
cación social, todavía no se puede superar la etapa de las--  
simples conjeturas.

La sociedad contemporánea se encuentra inmersa en el--  
modelo económico de sociedad de consumo. El grado de avance  
de la tecnología y el adelanto de la ciencia exigen con ma--  
yor intensidad la verificación de dos situaciones, ambas de  
igual importancia:

- A.-La capacidad para emitir información, instrumentar un me--  
dolo de comunicación y obtener la reacción del receptor;
- B.-La capacidad para obtener y asimilar información y en --  
consecuencia, actuar.

La comunicación social hace posible la satisfacción --  
del imperativo de revisar la capacidad de las sociedades, --  
instituciones e individuos para detectar, asimilar y encau--  
sar la aceleración del cambio, así como la necesidad de in--  
corporar éste a sus sistemas y operarlo con máxima eficacia  
con vistas a sus objetivos. Por ello, coinciden los enfoques  
de diversos autores al afirmar que sin comunicación social  
no hay desarrollo.



En nuestro país, esta premisa se torna fundamental para las perspectivas de solución a la problemática económica, como base esencial en la cimentación de nuestro modelo de desarrollo.

El rasgo distintivo del Siglo XX es el fenómeno de la comunicación de masas y el enriquecimiento científico que sobrevino a la Segunda Guerra Mundial. Los conocimientos y el dominio sobre una porción del espacio exterior, son apenas uno de los muchos resultados del progreso en las técnicas de la ciencia de la comunicación.

Han tenido que transcurrir casi cien años después de la Revolución Industrial, cuando apenas comienzan a evaluarse en sus correctas proporciones los efectos económicos y sociales producidos por estos medios masivos.

Es así como se explica que su inesperado crecimiento, especialmente de la televisión, no hayan dado tiempo para plantear reflexiones históricas o críticas de aplicación inmediata.

Pese a quienes piensan que la misión principal de la comunicación social radica en alcanzar la estabilidad política, no como un medio sino como un fin. Desde luego puede reconocerse que no hay punto de comparación en cuanto a las posibilidades que representa el uso de los medios de comunicación masivos para la realización de tareas constructivas en nuestra sociedad. Sin duda, son instrumentos de conocimientos, capaces de engendrar una corriente vitalizadora, bajo cuyos auspicios se alienta la mutua comprensión entre

los hombres, así como el clima social propicio que permita a cada uno encontrar la auténtica explicación sobre los actos de nuestra vida.

Sin embargo, también es probable que la cantidad de conocimientos que se predigan por estos medios, esté sirviendo para frenar, en vez de estimular las actitudes de reflexión y análisis, así como para ensombrecer el pensamiento, limitando sus alcances, produciendo en consecuencia un estancamiento en la sociedad.

La idea de imprimir palabras con tipos móviles e intercambiables, marca el primer paso hacia la comunicación moderna.

La invención del telégrafo, el teléfono y el fonógrafo, así como la cámara de cine y el proyector de Edison hicieron posible el dominio del sonido y las imágenes con movimiento.

El mundo de la radio y la televisión se inauguró con la creación del bulbo al vacío por Lee Ferrest en 1907. Todos estos instrumentos que el hombre puede utilizar para sustituir y acrecentar sus capacidades de oír y ver, constituyen la segunda etapa de la comunicación moderna.

La tercera etapa se establece mediante el descubrimiento del radar, que es la forma de ver mediante señales electrónicas.

Finalmente, la cuarta etapa que es la actual, se remonta a la aparición de un artículo publicado por Shannon en 1948 sobre la teoría general de la comunicación, en cuyo análisis

incluye a la cibernética.

Los medios masivos de comunicación han evolucionado más en los últimos 20 años, que toda la comunicación en general en los últimos 2 mil.

Salvo las regiones marginadas físicamente de las zonas de influencia de la civilización contemporánea, no hay un solo individuo que no alcance directa o indirectamente los efectos de la comunicación social, de ahí su importancia. Es el fenómeno tal vez omniabarcante por excelencia, su impacto está presente en los niveles consciente e inconsciente, individual y colectivo.

Analizamos ahora los medios masivos de comunicación más importantes.

### 3.4.1. MEDIOS IMPRESOS:

3.4.1.1. LOS LIBROS.- Los efectos profundos provocados por ciertos libros están fuera de discusión, baste citar "El Capital" de Marx y "La Biblia", como promotores de cambios sociales importantes, apoyando acciones que en su momento cambiaron el curso de la historia de la humanidad, que se han encargado de difundir el pensamiento y la cultura, lo que han popularizado por su edición en gran escala.

El libro impreso es el primero de los grandes medios modernos de comunicación, la imprenta hace posible su rápida difusión, alcanzando la edición de algunos de ellos varios millones de ejemplares, estando al alcance de cualquier persona por su bajo costo.

3.4.1.2. LOS PERIODICOS.-Son principalmente vehiculos de--  
noticias.

Se ha creído encontrar su influencia principal en la--  
orientación de la conducta política.

La noticia constituye una forma de conocimiento en---  
tanto es resultado de la sistemática investigación de la -  
Naturaleza.No es historia,se ocupa del presente.En forma--  
fugas,simplemente anuncia que un acontecimiento ha sucedi-  
do y en su carácter efímero y transitorio se halla la ex-  
plicación de su naturaleza.

Un suceso deja de ser noticia tan pronto termina la--  
la tensión que provoca su aparición,no obstante que si di-  
cho acontecimiento despierta verdadero interés por su im--  
portancia y se lleven a cabo investigaciones adicionales.

Siempre los grandes movimientos sociales han estado--  
vinculados a la circulación abierta o clandestina de pe---  
riódicos,por sus páginas,las plumas de escritores de re---  
nombre han ejercido el periodismo para irradiar en los ---  
grupos y en la comunidad un pensamiento determinado,orien-  
tado hacia el cambio de las estructuras sociales existen--  
tes.

Por lo general en nuestro país,actualmente la prensa--  
mantiene una actitud de sumisión ante las fuentes de poder,  
sus puntos de vista se concretan en el halago al gobernán-  
te en turno,haciendo caso omiso de la realidad social en--  
que se debate nuestro pueblo.

Las fuentes de poder mantienen un control efectivo---

sobre las informaciones, no permitiendo que se filtre-----  
aquello que no convenga a sus intereses.

Saben perfectamente la gran influencia que la prensa-  
puede ejercer sobre las grandes masas de la sociedad y la-  
utilizan para obtener de los lectores las respuestas efec-  
tivas para seguir manteniendo el sistema sin variantes ---  
considerables.

Es de esta manera como al público diariamente se le--  
presentan una gran cantidad de informaciones amañadas, que-  
sólo sirven para manipular la conciencia y la reflexión--  
del individuo.

Según datos de la Hemeroteca Nacional, en México se --  
publicaron en 1976 un total de 532 periódicos entre dia---  
rios, semanarios, etc.

Las disposiciones legales que regulan el ejercicio---  
del periodismo en nuestro país, están marcadas en los artí-  
culos constitucionales 6o., 7o., 20o. y 30o., además de la---  
Ley de Imprenta para el Distrito y Territorios Federales,-  
expedida el 9 de abril de 1917 por el presidente Venustia-  
no Carranza. (Enciclopedia de México: X, -págs. 256, 257).

#### 3.4.1.3. LAS REVISTAS:

Se imprimen como en el caso de los periódicos, en blan-  
co y negro o a color.

Por su periodicidad pueden ser: semanales, quincenales,  
mensuales, etc.

Por su contenido pueden ser: científicas, técnicas, es-

pecializadas en áreas determinadas (arte, religión, política, medicina, etc.), especializadas en ramas precisas de la cultura cotidiana (cine, deportes, música).

Sus efectos pueden considerarse semejantes a los originados por los libros y particularmente de los periódicos.

Las revistas de tiraje reducido, especializadas, dirigidas a un círculo selecto de lectores, pueden tener influencia considerable.

De acuerdo con los datos que consigna la Hemeroteca Nacional, se editan en nuestro país un total de 1172 revistas, 1018 en el Distrito Federal y 154 en la provincia.

#### 3.4.1.4. REVISTAS DE HISTORIETAS:

Debido a la gran circulación que este tipo de publicaciones tiene en la actualidad, constituyen un importante vehículo de comunicación masiva, cuyos efectos se manifiestan fundamentalmente en los niños.

Su circulación se ha elevado inclusive por encima de algunos de los periódicos más importantes, existiendo empresas que distribuyen este material a nivel mundial, controlando su mercado.

Ejemplo típico de lo anterior lo constituye la industrialización masiva de productos de Walt Disney, cuyos materiales inundan los mercados publicando sus historietas en 5 mil diarios diferentes, traducidos en más de 30 idiomas, que son leídos en más de 100 países, constituyendo una forma más de colonialismo "cultural".

La proliferación y falta de control de estos "monitos", originan uno de los problemas más graves a los que se enfrenta el maestro, sustraen al individuo de la realidad social en que se desarrolla, convirtiéndolo en un elemento de fácil manejo que va a caer irremediablemente en las garras del consumismo desmedido, que es la característica de nuestra sociedad, haciendo más difícil su adaptación al medio.

#### 3.4.1.5. HOJAS VOLANTES:

Fundamentalmente ejercen su influencia en relación a la conducta política, resultando de gran efectividad.

Como vehículo publicitario, además de su importancia, por lo general tienen un bajo costo.

#### 3.4.2. MEDIOS ELECTRONICOS:

##### 3.4.2.1. LA CINEMATOGRAFIA:

El cine, primer elemento histórico de comunicación masiva electrónica, se ha convertido en un imperio de alcances mundiales. Su influencia, proyección y penetración lo convierten en el medio masivo por excelencia, que orientado debidamente, permite a los espectadores complementar su cultura, su modo de ser y reforzar las relaciones entre el grupo social.

El cine nace del deseo del hombre de expresarse por medio de imágenes distintas a las que pueden exponer la pintura, la escultura y otras artes.

Aunque varios países reclaman la paternidad de este--

invento, se reconoce a los hermanos Lumiere, de origen francés, ser los inventores verdaderos pues en 1895 hacen las primeras demostraciones de su maravillosa máquina proyectando escenas de las películas: "Obreros saliendo de la fábrica Lumiere", "Una lección de Aerobacia" y "El regador y el regado", cintas que constituyen el punto de partida de esta pujante industria.

Aún cuando una película puede tener un efecto muy prolongado en la conducta social y nos ofrecen la posibilidad de repetir el mensaje, la mayoría de las filmaciones se hacen con propósitos más inmediatos. La atención se ha situado en las películas que están destinadas al gran público, las llamadas de tipo popular, en las cuales el mensaje, si es que lo hay, resulta intrascendente.

Concluiremos consignando algunos datos relativos a esta industria;

En el país existen aproximadamente 2700 salas cinematográficas, las que disponen de un total de 1 millón 706 mil asientos, dando ocupación a más de 22 mil trabajadores; su capital es de 3500 millones de pesos (propiedades y aportaciones del Estado e iniciativa privada); ha producido 2900 largometrajes de 1931 a 1976. (Enciclopedia de México: II.-pág.485).

#### 3.4.2.2. LA RADIO:

Marconi inventó a fines del Siglo XIX el primer telégrafo sin hilos, consistía en un sistema de aparatos de la-



boratorio que podían enviar y recibir mensajes en Código--  
Morse por medio de las ondas Hertzianas.

Este hecho representó un notable avance en el desa---  
rrollo de la radio como medio de comunicación instantánea--  
y a larga distancia.

Tiene una gran importancia por su penetración y alcan--  
ce, mayor que el de la cinematografía.

Parece ser que los receptores muestran una tendencia--  
a creer y aceptar gran parte del material que se transmite,  
aunque algunas ideas resulten muchas veces contradictorias.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la aplica--  
ción de una encuesta a nivel nacional sobre radio y tele--  
visión, estudio realizado por el Centro de Investigaciones--  
de la Facultad de Comercio y Administración de la U.N.A.M.  
en 1971, se desprenden algunas consideraciones interesantes,  
como son:

- La radio goza de la simpatía del público y su utilización  
es adecuada;
- La calidad de la programación es buena, pero preferente--  
mente comercial;
- Los anunciantes no tienen en cuenta las preferencias del  
público para realizar los comerciales;
- Sus programas favoritos son musicales;
- Está de acuerdo en que este medio de comunicación se---  
aplique para fines educativos;
- La publicidad que transmite la radio no produce gran in--  
fluencia.

Como fácilmente podemos apreciar, estas conclusiones -- son debatibles en su mayoría, puesto que es indudable que -- la publicidad y los supuestos mensajes que se transmiten -- por este medio, son factores que contribuyen a la enajena -- ción del individuo.

Este medio de difusión, como la mayoría de los medios -- de comunicación, están en poder de pequeños grupos que mo -- nopolizan esta actividad, cuyo principal interés es el lu -- crativo, manejando el contenido de la programación para uti -- lizarlo como medio de presión política y vehículo transmi -- sor de actitudes negativas.

#### 3.4.2.3. LA TELEVISION:

Constituye el medio de más rápido desarrollo, con la -- tendencia de ir desplazando a los otros medios de comuni -- cación masivos. Tiene enormes posibilidades en el campo de -- la educación y en la transmisión de información.

Su influencia en el comportamiento de los grupos so -- ciales, está fuera de duda.

Este medio que familiarmente se le conocía como "la -- caja idiota", va ascendiendo en su jerarquía, a tal grado, -- que algunos escritores han dado en bautizarlo como "el --- quinto poder". A este respecto, Renato Ledue afirma: "... "La -- prensa escrita, el cuarto poder, está circunscrito tan solo -- a aquellos y, son muy pocos, que en el mundo saben leer. En -- el jaeal puede faltar la hornilla de petróleo, pero eso sí -- la antena nunca falla. Vuelvo a insistir en que la televi --

sión es invitado constante en todos los hogares, su mensaje llega al iletrado, las informaciones de sus múltiples noticieros mantienen al público enterado a cierto nivel. La industria electrónica ha logrado en 25 años una penetración que las publicaciones periódicas jamás obtendrán". (Tele Guía: No. 1314. - Octubre de 1977).

Abundando en estas opiniones, vamos a entresacar algunos conceptos interesantes de un artículo publicado recientemente por Mario Medina Correa, quien dice:

"¿Habrá alguien que no tenga televisión en su casa?.- Hace más o menos 25 años que este singular artefacto entró al hogar como una curiosidad maravillosa y ... ¡se quedó definitivamente!, ni quien pueda sacarla de ahí, es más, se ha entronizado como monarca y dictador de la familia y pobre de aquél que trate de eliminarlo del sitio donde se encuentra, es condenado al desprecio y hasta al ostracismo. Así de importante es la televisión en casa".

...pero lo que más asombra es que un medio de comunicación tan hermoso e importante ¡incomunique!. Es difícil aceptar que algo ideado para tender puentes, lo que está levantando en torno a los hombres sean muros de incompreensión y de silencio. Y ésto es fácil de comprobar, basta visitar a una familia a horas de emisión televisiva, para observar como la costumbre de estar frente a la "tele" ha cambiado radicalmente las costumbres familiares. Ya no se dialoga, no se charla, no se platica, los monosílabos han ocupado el lugar de las palabras y cada vez más las perso-

nas que viven bajo el mismo techo, se convierten en extraños, que terminarán por no conocerse en lo absoluto, es más, como la recepción es pasiva en grado máximo, probablemente terminemos siendo unos extraños para nosotros mismos, lo cual es ominoso y desconcertante". ("Su majestad la televisión". -La voz de Michoacán.- Diciembre de 1977.).

Baste con estas muestras para darnos una idea acerca de la importancia que tiene la televisión en nuestra vida diaria, sus efectos no podemos pasarlos desapercibidos ya que constituyen factores que determinan la conducta que el individuo manifiesta cotidianamente.

El monopolio que maneja actualmente este medio de comunicación, tiene como objetivos principales: el esconditeo, hacer que el individuo se aleje de la realidad, que se convierta en un sujeto sin decisiones propias, que acepte ciegamente las opciones que este medio le presenta a través de la publicidad, para ser digno de alcanzar estratos sociales superiores.

Es el medio que más actitudes negativas difunde y su influencia es determinante en las decisiones y actitudes que el individuo como integrante de la sociedad manifiesta.

## C A P I T U L O   I V

### "LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVOS COMO AUXILIARES DEL MAESTRO".

#### 4.1. SU IMPORTANCIA COMO AUXILIARES DIDACTICOS:

Los adelantos inusitados de la ciencia y la tecnología en la actualidad, han hecho posible que el niño sea receptor de una gran cantidad de conocimientos que le son accesibles a través de los medios de comunicación, impresos o electrónicos.

La variedad de medios disponibles a su vez por el maestro, le brindan la oportunidad de contar con instrumentos de comunicación fuertes y flexibles, los cuales, van a afectar en cierta medida la calidad de las experiencias de aprendizaje de los alumnos.

No se puede negar la influencia que estos medios ejercen en la sociedad, efectos muchas veces negativos que se van a reflejar en la conducta del niño.

La importancia de los medios de comunicación masiva -- como auxiliares del maestro está fuera de duda. La cantidad de estímulos que suministran a los niños es muy extensa y variada. La habilidad del maestro juega un papel importantísimo en la selección y aprovechamiento de estos recursos, las ventajas indiscutibles que éstos representan al permitir al alumno la captación de las situaciones que el medio ambiente le presenta, percibiéndolos simultáneamente a través de varios de sus sentidos, logrando un aprendizaje más eficaz.

El cine, la radio y la televisión, son factores que el maestro no debe pasar desapercibidos en la fijación de sus objetivos de aprendizaje. Debe considerar que el niño pasa la mayor parte del tiempo en contacto con estos medios, el tiempo que permanece en la escuela es mínimo si lo comparamos con las actividades extrasecolares que realiza cotidianamente.

La escuela y el maestro deben aprovechar la cantidad de experiencias que el alumno trae consigo al ingresar a los planteles educativos, así como las que va adquiriendo a lo largo de su existencia, ya que él utiliza estos medios como bancos de almacenaje de información, que le van a permitir en un momento dado, responder a los estímulos recibidos en el medio ambiente en que se desarrolle.

El maestro debe organizar de la mejor manera posible, las circunstancias y situaciones que ofrezcan las mejores perspectivas de éxito en el proceso educativo. Los medios audiovisuales de que dispone, le permiten ampliar su campo de acción en la medida que los aprovecha adecuadamente. No debe permitir que la conducta de sus alumnos se torne habitual, estereotipada, porque entonces estará más cerca del fracaso que del triunfo.

El niño al nacer, está imposibilitado en cierta manera para contrarrestar los efectos producidos por el medio ambiente, a medida que va creciendo, va aumentando su capacidad de abstracción, mientras no logre ésta, se encontrará expuesto a cualquier fuerza susceptible de afectarlo.

El campo de acción de los medios de comunicación es--- muy amplio y sus características diversas.

Las ventajas que representa el poder llegar simultáneamente a una gran cantidad de personas, puede verse minimizado si éstas no se encuentran lo suficientemente preparadas para soportar la presión constante que estos medios ejercen sobre el individuo, obligándole a adoptar actitudes y formas de conducta que supuestamente lo habrán de conducir a escalar estratos sociales superiores.

La educación debe considerar toda esta serie de experiencias con el fin de aprovecharlas al máximo, proporcionando al niño los elementos de análisis suficientes para una mejor y más rápida adaptación con su medio social.

Los efectos de socialización de los medios de comunicación sobre la juventud, son los de una conciencia creciente en los asuntos mundiales. El individuo siente la necesidad de verse identificado e involucrado con los problemas que lo rodean, quiere sentirse partícipe del cambio constante de la sociedad. Para conseguir estos propósitos no le importa asumir las actitudes más extravagantes, sólo por seguir los dictados de la moda, una costumbre tan fugaz, que encuentra en los medios de comunicación un potente aliado para su difusión y consumo, logrando su objetivo gracias a las impresionables mentes de los niños y jóvenes.

El maestro debe aprovechar el perfeccionamiento y la proliferación de los medios masivos de comunicación, convertirlos en sus auxiliares para hacer menos rígida la secuen-

cia del proceso de enseñanza-aprendizaje. La escuela debe---  
organizar y dirigir este proceso, pero no mediante la anula-  
ción o rechazo absoluto de estos medios, sino utilizándolos---  
como un recurso que le servirá para ampliar la información---  
proporcionada dentro del aula, al alumno.

#### 4.2. ABUSOS EN SU UTILIZACION:

No debemos caer tampoco en el otro extremo, el del uso-  
indiscriminado de los medios de comunicación para alcanzar-  
las metas que nos hemos propuesto en el proceso educativo, -  
al hacerlo, asumiremos una actitud cómoda pero negativa, ----  
pues dejaremos a los niños expuestos irremediablemente a --  
sus efectos y manipulaciones.

Lo ideal será buscar el equilibrio en su uso. Si el ni-  
ño tiene tantas opciones para obtener información fuera de-  
la escuela, debemos hacer lo posible para que también pueda-  
contar con ellos dentro de ella, esto lo habremos de lograr-  
en la medida que podamos introducir en el aula algunos de--  
estos medios y presentarlos a los alumnos bajo el control--  
del maestro, el que debe funcionar como guía o moderador ---  
dentro de la clase.

Los medios impresos tienen la ventaja de que pueden---  
archivarse y consultarse cuando se considere pertinente, en-  
tanto que los medios electrónicos, nos ofrecen la facilidad-  
de poder repetir el material cuantas veces sea necesario---  
para lograr nuestros objetivos.

El maestro exige demasiado de sí mismo si trata de ---



proporcionar personalmente todos los estímulos requeridos-- para la enseñanza. Debe valerse de los medios a su alcance-- pero en una forma moderada, pues su abuso como es fácil de-- suponer, limitará la función creativa de sus alumnos.

En conclusión, la tarea del maestro será la de organi-- zar las circunstancias que ofrezcan las mejores oportuni-- das para llegar a los propósitos fijados de la manera más-- efectiva. Al aprovechar mejor las ventajas de estos recursos, empleará menos tiempo hablando y dispondrá de un lapso ma-- yor para dedicarlo a la planeación y evaluación de las ac-- tividades educativas.

De esta manera, el niño encontrará en el maestro a una-- persona a quien recurrir en los problemas que se le presen-- ten, a un guía, un consejero y no a un simple proveedor de -- información.

CONCLUSIONES:

- 1.-El hombre es un ser social por naturaleza, por lo tanto, se encuentra expuesto a la serie de transformaciones y nuevas formas de conducta adoptadas por el grupo social al que pertenece.
- 2.-Los pueblos primitivos, cumplieron con la etapa histórica que les correspondió vivir, perfeccionando y utilizando los medios de comunicación a su alcance, lo que constituye la herencia cultural que sirvió de punto de partida para el desarrollo de la sociedad actual.
- 3.-Con el descubrimiento de la imprenta, la cultura adquiere un carácter popular debido a la gran difusión que se le da a los libros, considerados como el primero de los grandes medios de comunicación masiva.
- 4.-Desde la antigüedad, las grandes potencias económicas han utilizado las vías y medios de comunicación como armas y objetos de presión para lograr sus propósitos.
- 5.-Los medios masivos de comunicación constituyen un valioso elemento en las sociedades de consumo, cuyo funcionamiento se basa en la ruptura de la realidad individual, convirtiéndolo a éste en objeto y sujeto de uso, disfrute y consumo de satisfactores.
- 6.-La personalidad está integrada por dos entidades básicas: Temperamento y Carácter. La reacción ante determinados es

tímulos, está condicionada al tipo de ambiente natural y social que rodea al individuo durante su desarrollo.

- 7.-Como uno de los efectos principales de la comunicación masiva, está el hecho de crear un proceso de transformación irreversible en la estructura mental del hombre, fundamentalmente en las generaciones jóvenes.
- 8.-Los medios de comunicación masivos, funcionan como fuerzas sociales, culturales y educativas, afectando las relaciones y experiencias del individuo.
- 9.-Como consecuencia de los efectos de los medios de comunicación, el niño adopta una actitud de escepticismo ante las informaciones recibidas, alterando su concepto de autoridad y su capacidad de confianza.
- 10.-La relación existente entre comunicación y sociedad, determina en su momento las características distintivas del comportamiento y estructura social del grupo al que pertenece.
- 11.-Los medios de comunicación, además de fortalecer y activar las relaciones de convivencia en la sociedad, se convierten en elementos básicos generadores del cambio social.
- 12.-Los medios masivos de comunicación pueden llegar a constituirse en valiosos auxiliares didácticos, siempre y cuando el maestro encuentre el punto de equilibrio que le --

permita aprovechar sus ventajas y contrarrestar sus efectos nocivos.

13.-El abuso de los medios masivos de comunicaci3n como auxiliares didacticos, limita la funci3n creativa de los educandos.

PROPOSICIONES:

- 1.-Las autoridades educativas deberán realmente preocuparse por solucionar el grave problema que representa el crecimiento y uso indiscriminado de los medios de comunicación masivos, en manos de unos cuantos, para que cumplan verdaderamente su función como integradores de la sociedad.
- 2.-Los medios masivos de comunicación deberán organizarse de tal manera que a la vez que nos sirvan de valioso complemento en las tareas educativas, sean promotores de acciones constructivas en nuestra sociedad, que le proporcionen al individuo los elementos necesarios que le permitan poner en práctica sus actitudes de reflexión y análisis, haciéndolo partícipe de esa corriente vitalizadora.
- 3.-Se debe procurar que los medios de comunicación masivos desarrollen las capacidades y valores personales del individuo, para tratar de borrar el concepto de que en una sociedad de consumo como la nuestra, se vale en relación de lo que se tiene, usa o posee y no por los conocimientos de que se dispone.
- 4.-Se deben reglamentar de manera precisa las actividades de los medios de difusión, sobre todo radio y televisión, para que su programación dé satisfacción plena a las necesidades de formación, cultura y entretenimiento en todas sus manifestaciones, reafirmando los valores humanos y la con-

ciencia sobre la problemática de nuestro país, rechazando cualquier tipo de dependencia cultural.

- 5.-La Secretaría de Educación Pública debe pugnar porque la comisión respectiva tome las medidas más drásticas, para evitar la alarmante proliferación de las revistas de "monitos", vehículos de enajenación constantes, negando o cancelando las autorizaciones a aquellas publicaciones que no cumplan con las normas mínimas establecidas por la ley.
- 6.-Para poder llevar a la realidad estos deseos, es necesario hacer a un lado toda esa gama de intereses económicos que frenan cualquier iniciativa que se tome al respecto. Mientras exista esa sospechosa tolerancia de nuestras autoridades, los medios de comunicación no se desviarán ni un ápice de la línea que, consciente o inconscientemente, se han trazado: la desintegración paulatina de la familia y la sociedad, en aras de un consumismo desmedido.
- 7.-Que el Estado haga realmente efectivo el tiempo que por ley le corresponde en radio y televisión, que no lo utilice únicamente para campañas políticas, sino que elabore y seleccione el material más adecuado, el que en realidad aporte algo positivo a la comunidad nacional.

A N E X O S

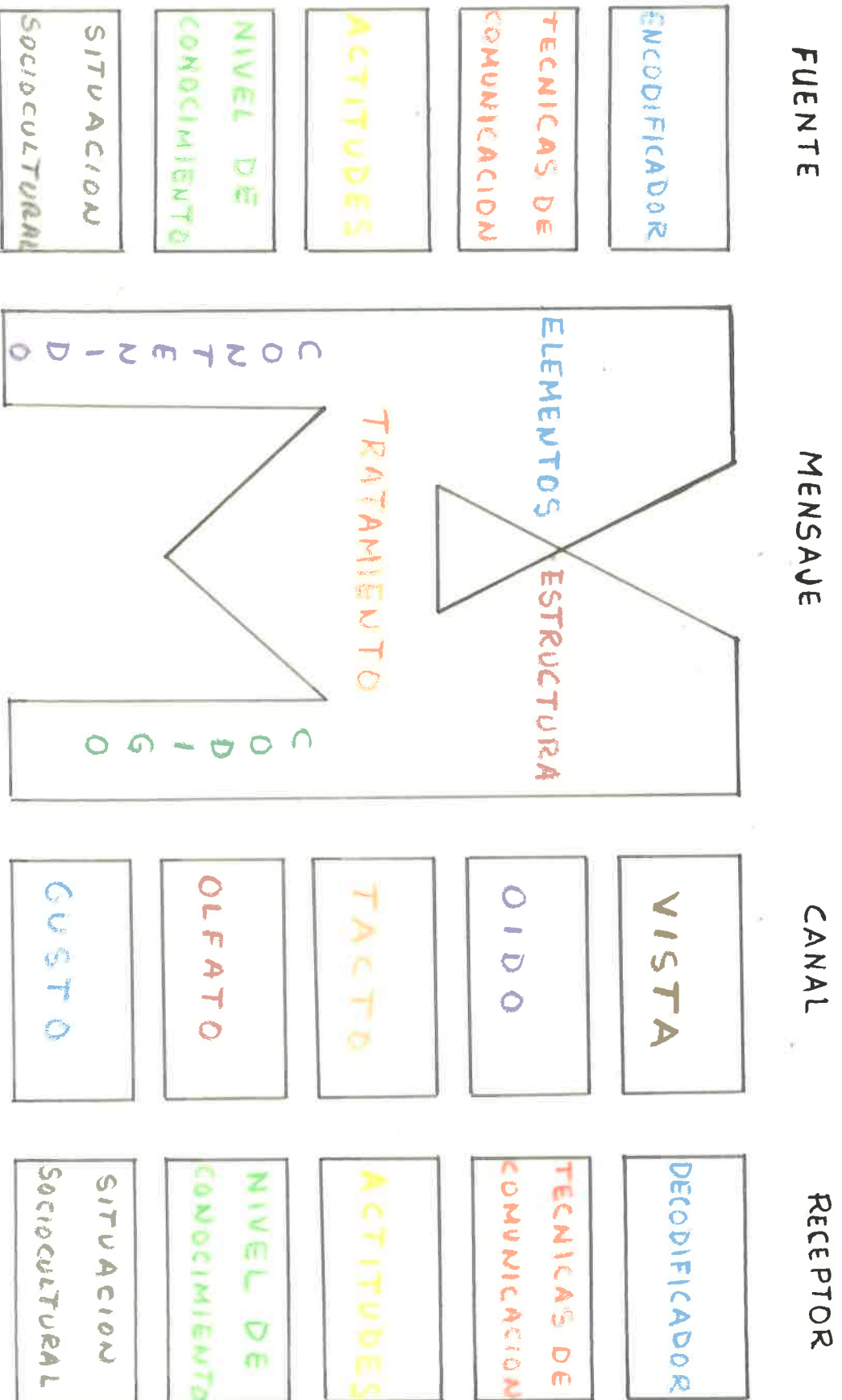
---

---

---

---

ANEXO No. 1



MODELO DE LOS COMPONENTES DE LA COMUNICACION, SEGUN BERLO.



-ANEXO No. 2-

MUESTRA DEL QUESTIONARIO APLICADO EN LA ENCUESTA REA --  
LIZADA A UN GRUPO DE NIÑOS DEL MEDIO RURAL Y OTRO DEL MEDIO-  
URBANO, A CERCA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION.

NOMBRE DE LA ESCUELA:.....

NOMBRE DEL ALUMNO:.....GRUPO.....EDAD.....

1.- En qué trabaja tu papá?.....

2.- En qué trabaja tu mamá?.....

3.-Incluyéndote a tí, cuántas personas viven en tu casa?....

4.-Contesta SI o NO

Tienes radio en tu casa?.....

Tienes televisión?.....

5.-Si tienes radio, escribe el nombre de 3 de los programas--  
que más te gusten.

a.-..... b.-..... c.-.....

6.-Si tienes televisión, escribe el nombre de los programas--  
que más te gusten.

a.-..... b.-..... c.-.....

7.- Qué tiempo dispones diariamente para escuchar radio?....

8.- Qué tiempo dispones diariamente para ver televisión?....

9.- Qué tiempo dedicas diariamente para resolver tus tareas--  
escolares?.....

10.- Cuántas veces a la semana vas o te llevan al cine?.....

11.- Qué tipo de películas te gustan más?.....

12.-Si te dieran a elegir entre ser un gran artista de radio  
y televisión o un profesionista destacado dedicado al --  
estudio y solución de los problemas de nuestro país, ----  
Por qué opción te inclinarías?.....

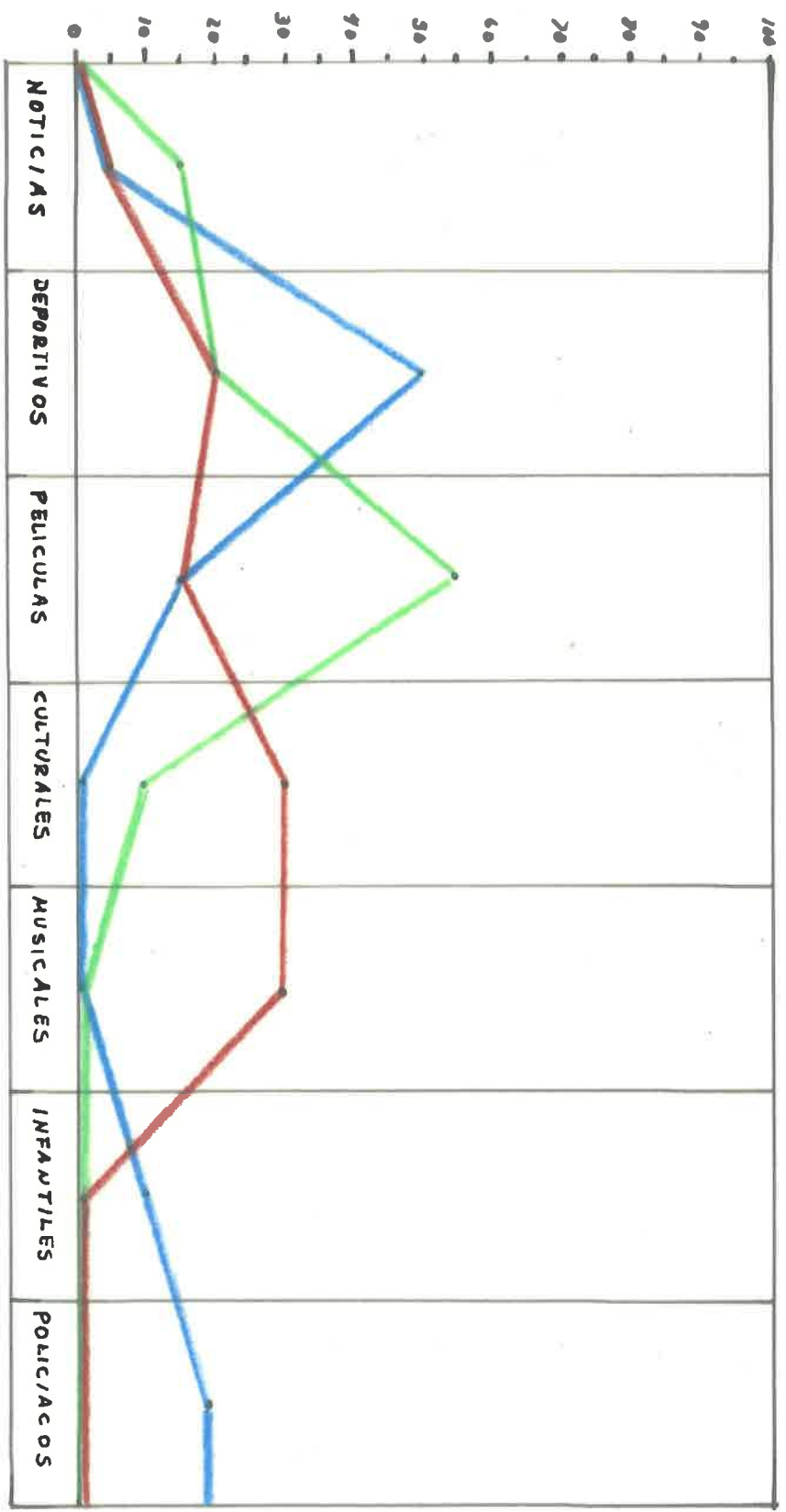
- 13.- Has leído alguna vez un periódico?.....
- 14.- Qué tipo de noticias te llamaron más la atención?.....  
 .....
- 15.-Escribe el nombre de 3 de las revistas o "cuentos" que--  
 más te agradan.
- a.-..... b.-..... c.-.....

-----  
 -----

A continuación presento algunos datos y resultados deri-  
 vados de la aplicación de la encuesta:

- 1.-El 45% de los niños del medio rural poseen televisión;
- 2.-El 96% de los niños del medio urbano tienen televisión;
- 3.-El 95% de los niños del medio rural tienen radio;
- 4.-El 100% de los niños del medio urbano poseen radio;
- 5.-Los niños del medio rural, dedican en promedio 2 horas----  
 diarias para ver televisión;
- 6.-Los niños del medio urbano, dedican en promedio 3 horas---  
 diarias para ver televisión;
- 7.-Los niños de ambos medios, utilizan en promedio una hora--  
 diaria para realizar sus tareas escolares;
- 8.-Los niños del medio urbano, tienen preferencia por las no-  
 tas deportivas, mientras que los del medio rural sienten--  
 curiosidad por las notas que se refieren a grandes descu-  
 brizientos y noticias policíacas.

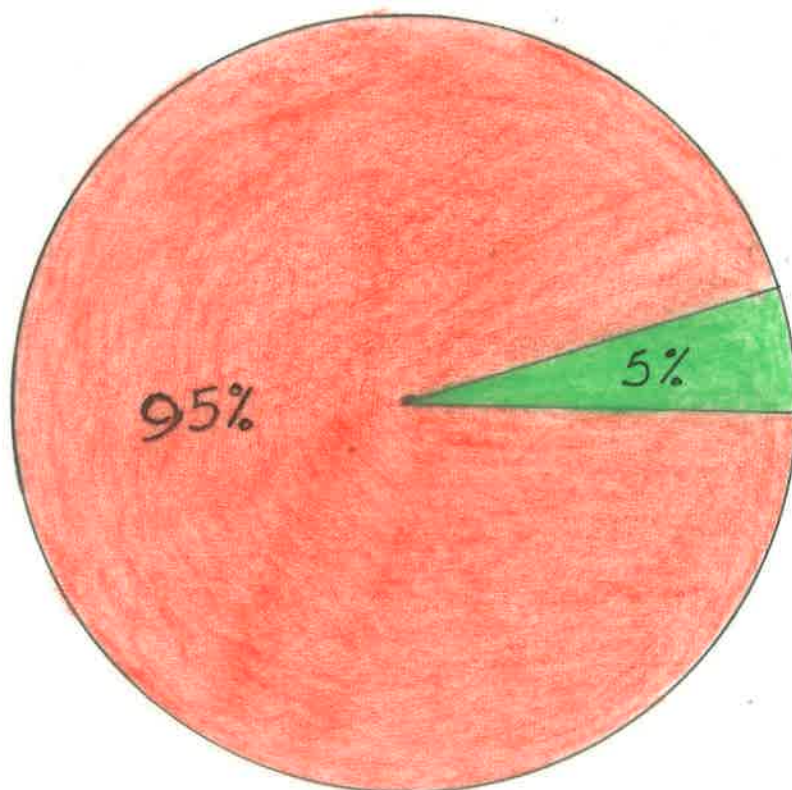
ANEXO No. 2-A  
 GRAFICA QUE REPRESENTA LOS PORCENTAJES DE PROGRAMACION, DE ACUERDO A  
 SU CONTENIDO, DE LOS CANALES DE TELEVISION CAPTADOS EN LA CIUDAD DE --  
 MORELIA, MICH., EL DÍA 29 DE ABRIL DE 1978.



■ CANAL 13  
■ CANAL 2  
■ CANAL 5

TIEMPO DE PROGRAMACION POR CANAL:  
 10 HORAS

ESTACIONES DE RADIO, COMERCIALES Y CULTURALES  
QUE FUNCIONABAN EN MEXICO EN 1975.



FUENTE:  
"ENCICLOPEDIA DE MEXICO".

-  ESTACIONES COMERCIALES
-  ESTACIONES CULTURALES

-ANEXO No. 4-

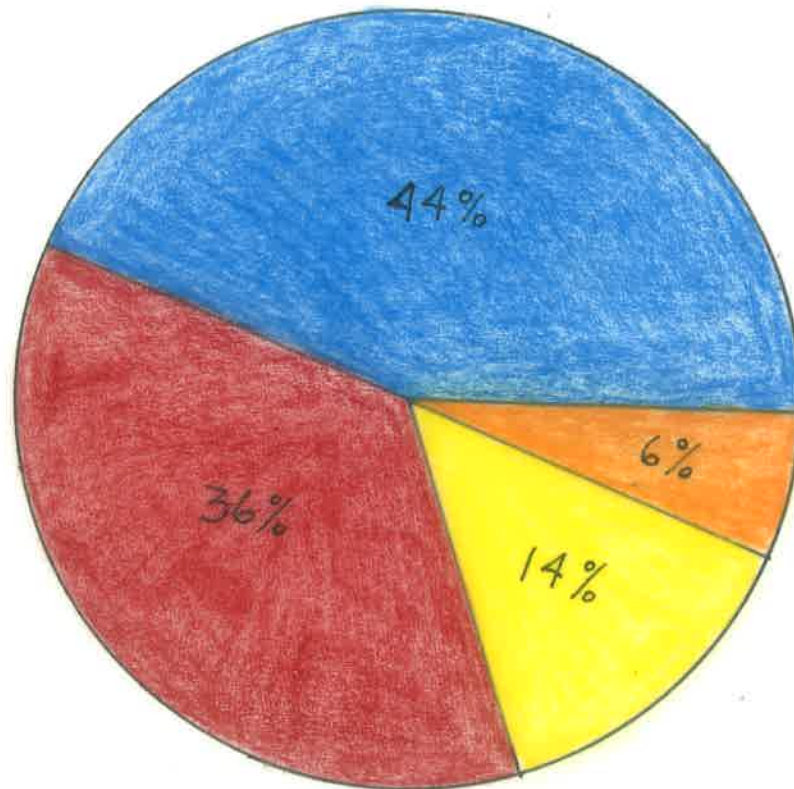
TITULOS Y TEMATICA DE 50 PELICULAS TOMADAS DE LA CARTERA CINEMATOGRAFICA EN EL DISTRITO FEDERAL, DURANTE EL MES-- DE ENERO DE 1978.

- 1.-"LA ESPIA QUE ME AMO".....(VIOLENCIA)
- 2.- "PETER PAN".....(INFANTIL )
- 3.-"BLUE JEANS".....( SEXO )
- 4.-"LOS IMPLACABLES".....(VIOLENCIA)
- 5.-"LA ESPOSA VIRGEN".....( SEXO )
- 6.-"UNA NOCHE EMBARAZOSA".....( SEXO )
- 7.-"CARRO DIABOLICO".....(VIOLENCIA)
- 8.-"LA BELLA ANTONIA".....( SEXO )
- 9.-"HISTORIA DE DOS AMANTES".....( SEXO )
- 10.-"EL PLANETA FANTASTICO".....(C.FICCION)
- 11.-"LA PROFESORA ENSEÑANTE".....( SEXO )
- 12.-"SEXO Y JUEGO".....( SEXO )
- 13.-"LA LEYENDA DE BRUCE LEE".....(VIOLENCIA)
- 14.-"DOCE BALAS PARA EL PISTOLERO".....(VIOLENCIA)
- 15.-"PANTALSON Y LAS VISITADORAS".....( SEXO )
- 16.-"ONDA DE PLACER".....( SEXO )
- 17.-"EL DIA QUE ATACARON LAS RATAS".....(C.FICCION)
- 18.-"LA SEDUCTORA".....( SEXO )
- 19.-"EL BOCADITO".....( SEXO )
- 20.-"BLANCA NIEVES".....(INFANTIL)
- 21.-"TENTA CULOS".....(C.FICCION)
- 22.-"CUARTELAZO".....(VIOLENCIA)
- 23.-"LO MEJOR DE TERESA".....( SEXO )

- 24.-"LA GUERRA DE LAS GALAXIAS".....(C.FICCION)
- 25.-"LA GUERRA DE DOS MUNDOS".....(C.FICCION)
- 26.-"AEROMOZAS SUECAS".....( SEXO )
- 27.-"MARA TON DE LA MUERTE".....(VIOLENCIA)
- 28.-"EMANUELLE Y FRANCOISE".....( SEXO )
- 29.-"LAS ONCE MIL VIRGENES".....( SEXO )
- 30.-"LOS MANSOS CORNUDOS".....( SEXO )
- 31.-"LA BATALLA DE MIDWAY".....(VIOLENCIA)
- 32.-"LA QUINTA OFENSIVA".....(VIOLENCIA)
- 33.-"EL MENSAJE DE LOS DIOSSES".....(C.FICCION)
- 34.-"SUSANA PECA OTRA VEZ".....( SEXO )
- 35.-"PUBERTINAJE".....( SEXO )
- 36.-"LA FURIA DEL KARATE".....(VIOLENCIA)
- 37.-"LA NUERA JOVEN".....( SEXO )
- 38.-"ROCKY".....(VIOLENCIA)
- 39.-"CONVIENE HACER BIEN EL AMOR".....( SEXO )
- 40.-"RAICES DE SANGRE".....(VIOLENCIA)
- 41.-"ARISTOCRATAS DEL CRIMEN".....(VIOLENCIA)
- 42.-"FUEGO EN EL CUERPO".....( SEXO )
- 43.-"EL CHICANO JUSTICIERO".....(VIOLENCIA)
- 44.-"LA DESVERGONZADA".....( SEXO )
- 45.-"TERREMOTO".....(C.FICCION)
- 46.-"LA DINASTIA DE LA MUERTE".....(VIOLENCIA)
- 47.-"A CRIBILLADO".....(VIOLENCIA)
- 48.-"EL ESPADACHIN DEL DIABLO".....(VIOLENCIA)
- 49.-"PINOCHO".....(INFANTIL )
- 50.-"TRAIGO LA SANGRE CALIENTE".....(VIOLENCIA)

ANEXO No. 4-A

REPRESENTACION GRAFICA DE UNA MUESTRA DE LAS  
PELICULAS EN EXHIBICION EN EL D.F., DURANTE -  
EL MES DE ENERO DE 1978, DE ACUERDO A SU TE--  
MATICA .

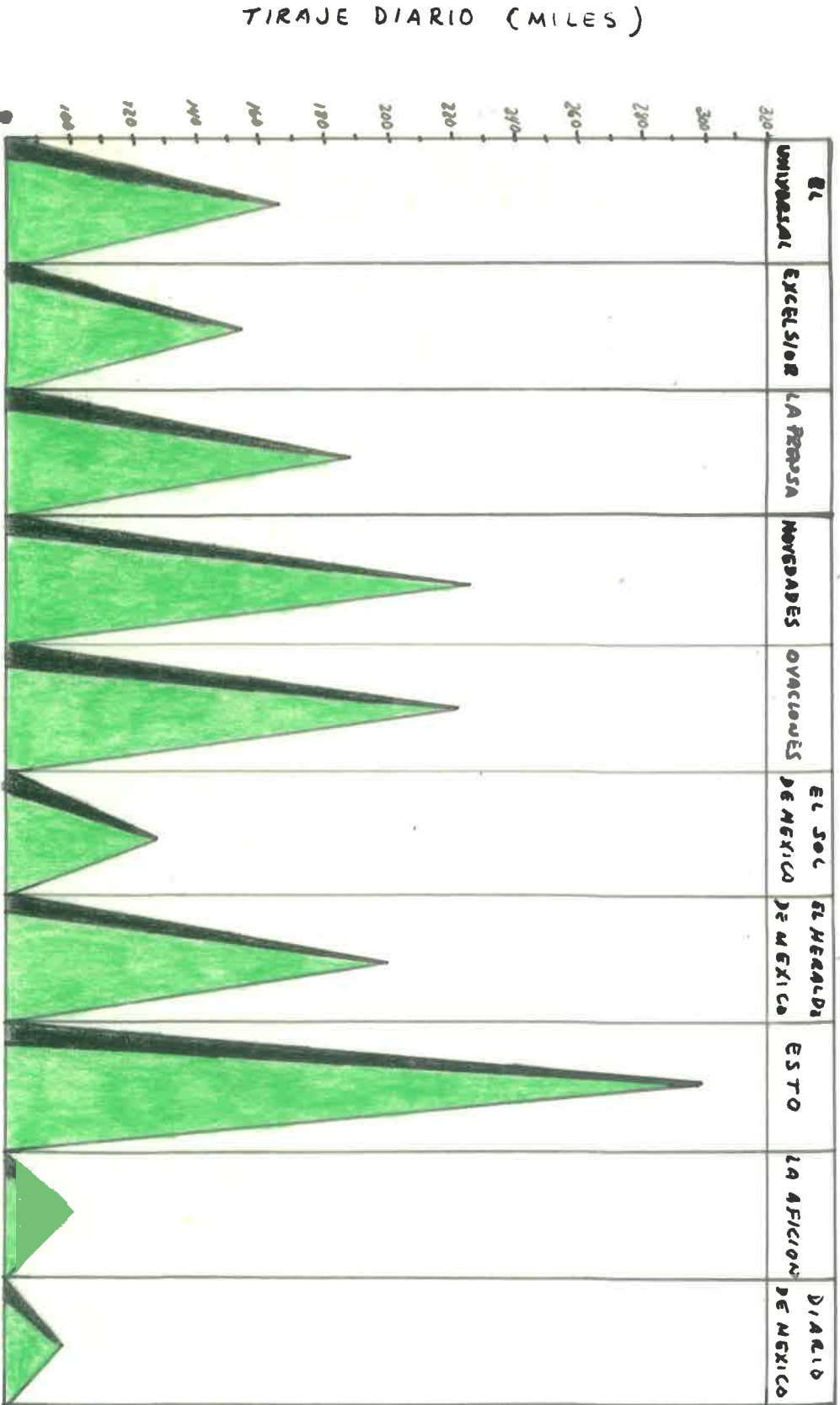


FUENTE:  
PERIODICO "EXCELSIOR"

- TEMAS SEXUALES
- TEMAS VIOLENTOS
- TEMAS C. FICCIÓN
- TEMAS INFANTILES .

## ANEXO No. 5

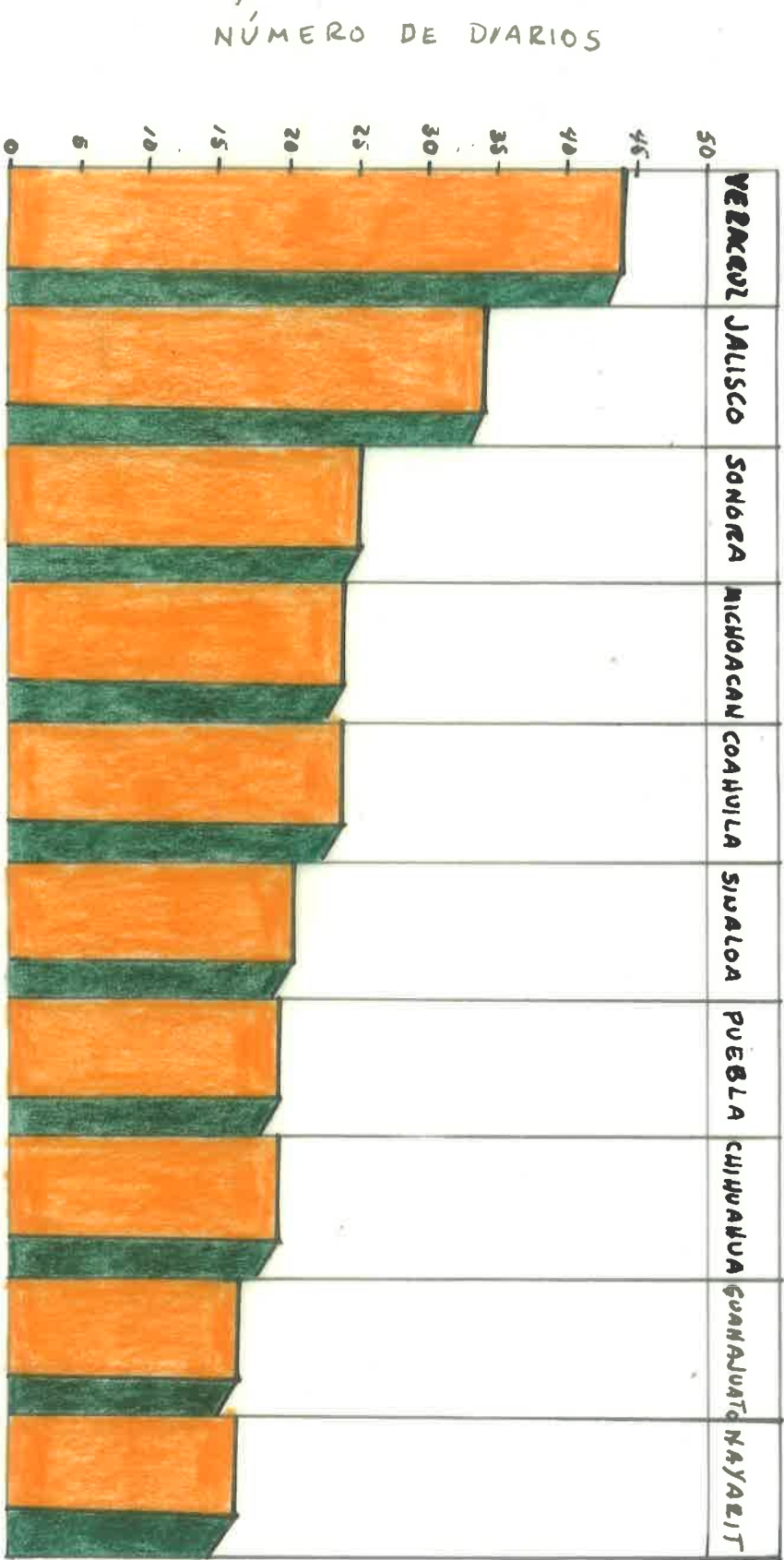
GRAFICA QUE REPRESENTA EL TIRAJE DE DIEZ DE LOS PRINCIPALES PERIODICOS DIARIOS QUE CIRCULAN EN EL PAIS (1976)



FUENTE: ENCICLOPEDIA DE MEXICO



ANEXO No. 6  
 GRÁFICA QUE REPRESENTA LA CANTIDAD DE PERIÓDICOS DIARIOS QUE SE  
 PUBLICABAN EN 1976, EN LAS ENTIDADES SEÑALADAS.



FUENTE: ENCICLOPEDIA DE MÉXICO.

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

- 1.-Flores de Gortari, Sergio y Orosco Gutiérrez, Emiliano.----  
"Hacia una Comunicación Administrativa Integral".-Editorial Trillas.-México, D.F.-1976.
- 2.-"Enciclopedia Salvat Diccionario".-Salvat Editores, S.A.--  
Barcelona, España.-1976.
- 3.-Alvarez, José Rogelio.-"Enciclopedia de México".-Impresora  
y Editora Mexicana, S.A. de C.V.-México, D.F.-1977.
- 4.-"Tecnología Educativa I".-Secretaría de Educación Públi-  
ca.-Comunicación Impresa, S.A.-México, D.F.-1975.
- 5.-"Tecnología Educativa II y III".-Secretaría de Educación-  
Pública.-Bufete Editorial, S.A.-México, D.F.-1976.
- 6.-Saavedra Regalado, Manuel Salvador.-"Notas de Psicología--  
General".-Escuela Normal Urbana Federal.-Morelia, Mich.---  
1968.