

# SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

UNIVERSIDAD

PEDAGOGICA

NACIONAL

UNIDAD UPN 123



## INFLUENCIA DE LOS COMICS Y LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION

MA. ELOISA ADAME PERALTA  
JUVENTINA JUANA BARRERA CELESTINO  
CRISTINA SANTANA PADILLA  
VICENTE TENORIO CASTREJON

T E S I S  
QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADO EN EDUCACION PREESCOLAR  
Y PRIMARIA

DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACION

IGUALA., GRO., A 12 de JULIO de 1989.

C. PROFR. (A). MA. ELOISA ADAME PERALTA.  
P R E S E N T E .

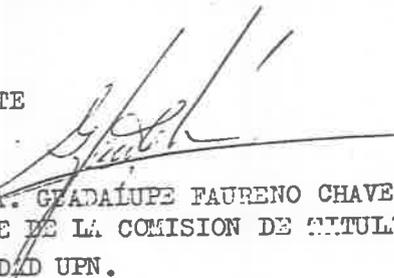
En mi calidad de Presidente de la Comisión de Titulación de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo intitulado: INFLUENCIA DE LOS COMICS Y LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION.

opción TESIS a propuesta del asesor C.-  
Profr. (a) CARMEN BONILLA QUIROZ.

, manifiesto a usted que reúne los requisitos académicos establecidos al respecto por la Institución.

Por lo anterior, se dictamina favorablemente su trabajo - y se le autoriza a presentar su examen profesional.

ATENTAMENTE

  
PROFRA. MA. GADALUPE FAURENO CHAVEZ.  
PRESIDENTE DE LA COMISION DE TITULACION  
DE LA UNIDAD UPN.

DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACION

IGUALA., GRO., A 12 de JULIO de 1989.

C. PROFR. (A). JUVENTINA JUANA BARRERA CELESTINO.  
P R E S E N T E .

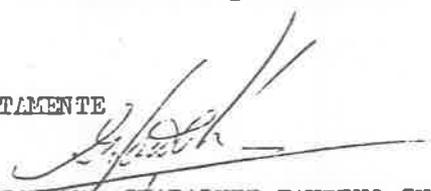
En mi calidad de Presidente de la Comisión de Titulación de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo intitulado: INFLUENCIA DE LOS COMICS Y LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION.

opción TESIS a propuesta del asesor C.-  
Profr. (a) CARMEN BONILIA QUIROZ.

, manifiesto a usted que reúne los requisitos académicos establecidos al respecto por la Institución.

Por lo anterior, se dictamina favorablemente su trabajo - y se le autoriza a presentar su examen profesional.

ATENTAMENTE

  
PROFRA. MA. GUADALUPE FAURENO CHAVEZ.  
PRESIDENTE DE LA COMISION DE TITULACION  
DE LA UNIDAD UPN.

DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACION

IGUALA., GRO., A 12 de JULIO de 1989.

C. PROFR. (A). CRISTINA SANTANA PADILLA.  
P R E S E N T E .

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Titulación de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo intitulado: INFLUENCIA DE LOS COMICS Y LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION.

opción TESIS a propuesta del asesor C.-  
Profr. (a) CAREN BONILLA QUIROZ.

, manifiesto a usted que reúne los requisitos académicos establecidos al respecto por la Institución,

Por lo anterior, se dictamina favorablemente su trabajo - y se le autoriza a presentar su examen profesional.

ATENTAMENTE

  
PROFRA. LA. GUADALUPE FAURENO CHAVEZ.  
PRESIDENTE DE LA COMISION DE TITULACION  
DE LA UNIDAD UPN.

DICTAMEN DEL TRABAJO PARA TITULACION

IGUALA., GRO., A 12 de JULIO de 1989.

C. PROFR. (A). VICENTE TENORIO CASTREJON.  
P R E S E N T E .

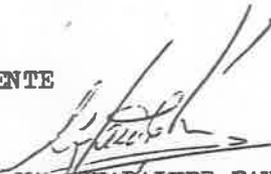
En mi calidad de Presidente de la Comisión de Titulación de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo intitulado: INFLUENCIA DE LOS COMICS Y LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION.

opción TESIS a propuesta del asesor C.-  
Profr. (a) CARMEN BONILLA QUIROZ.

\_\_\_\_\_ , manifiesto a usted que reúne los requisitos académicos establecidos al respecto por la Institución.

Por lo anterior, se dictamina favorablemente su trabajo - y se le autoriza a presentar su examen profesional.

ATENTAMENTE

  
PROFRA. ~~RA~~ GUADALUPE FAURENO CHAVEZ.  
PRESIDENTE DE LA COMISION DE TITULACION  
DE LA UNIDAD UPN.

## DEDICATORIAS

Con Admiración y Respeto a:  
Nuestros Padres, Maestros,  
Familiares y Amigos.

A los consumidores de comics  
y medios masivos de comunicaca  
ción, deseando la recuperación  
de su autonomía.

A la Memoria del Profesor  
Zeferino Lozano Reyes,  
compañero y amigo.

## I N D I C E

	Pág.
INTRODUCCION.....	6
I. FORMULACION DEL PROBLEMA .....	9
A. Antecedentes .....	9
B. Definición del problema .....	11
C. Justificación del estudio .....	13
D. Objetivos .....	14
II. MARCO TEORICO .....	16
III. METODOLOGIA .....	37
A. Formulación del problema .....	37
B. Elaboración del proyecto de trabajo .....	37
C. Recopilación del material .....	41
D. Organización y Análisis del material .....	42
E. Redacción y presentación .....	42
IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION .....	44
A. Origen y evolución de los medios de comunicación masiva .....	45
1. Radio .....	45
2. Prensa .....	47
3. Cine .....	47
4. Comics .....	48

	Pág.
- 5. Televisión .....	50
↳ B. Análisis crítico de los medios masivos de comunicación en la actualidad .....	54
↳ 1. Los medios masivos de comunicación en la actualidad .....	55
↳ 2. Dependencia cultural, tecnológica e importación de programas de televisión y películas..	60
3. El empobrecimiento de la cultura .....	64
4. Control y deformación del mensaje .....	65
- C. Causas y consecuencias de la influencia negativa de los medios masivos de comunicación en la formación del niño .....	67
1. Ideología .....	68
2. Alienación .....	70
3. Publicidad .....	73
4. Consumismo .....	78
5. Seducción Subliminal .....	81
D. Alternativas de solución para contrarrestar la influencia negativa de los comics y medios de comunicación.....	84
1. Al estado mexicano .....	84
2. A las autoridades educativas y elaboradores de planes y programas de estudio.....	87
3. A los intelectuales .....	90
4. A docentes .....	91

	Pág.
5. A padres de familia .....	98
CONCLUSIONES .....	103
SUGERENCIAS .....	105
GLOSARIO .....	108
BIBLIOGRAFIA .....	114

## INTRODUCCION

El presente trabajo de titulación, constituye un arduo - proceso de investigación educativa; que finalmente se pone en sus manos y en la de todas las personas relacionadas con la - educación para su conocimiento y consideración.

La Tesis sustentante es: "La influencia negativa de los - medios masivos de comunicación en la formación de los niños de Preescolar y Primaria". La investigación está respaldada por una bibliografía que incluye los trabajos de teóricos y críticos sobre los medios masivos de comunicación de América y Europa; cada autor argumenta con fundamento y seriedad sus opiniones al respecto. Todos creemos conocer los medios pero no es así, en efecto sabemos cómo se llaman, cómo son, los adquirimos, usamos y consumimos, pero ignoramos sus graves consecuencias al exponerse a su constante consumo. Los daños orgánicos, sociales, morales y económicos son irreversibles.

Como objetivo primordial se realizó una investigación de los medios masivos de comunicación, destacando con mayor atención la influencia negativa de éstos. Se conocieron experiencias, reflexionando en torno a ellas y finalmente se presentan los resultados para su conocimiento y así poder contrarrestar-

su influencia.

El contenido del trabajo comprende cuatro capítulos; Formulación del problema, Marco Teórico, Metodología, Resultados de la investigación y al final se dan conclusiones y sugerencias.

El enfoque dado es de tipo socio-educativo, es decir, la educación dentro de la sociedad y entre ambos los medios masivos de comunicación (radio, cine, televisión, comics, prensa) con su influencia negativa, están cambiando los principios y valores morales, estéticos, costumbres etc. los medios se han encargado de imponer modas, formas de vida, han originado el consumismo; la pérdida del nacionalismo, han creado desolidaridad social, etc., nunca antes nadie había influido en el mundo como los modernos medios de comunicación, lo hacen a tal grado que se les considera la palanca que mueve al mundo.

En el contenido se presenta lo que ocurre a los niños escolares al ver y leer periódicos y dedicar mayor tiempo a la televisión que es la que más daño ocasiona por ser ésta la que resume y sintetiza la totalidad de los medios existentes.

La televisión aparte de no ser un sustituto de la escuela está provocando mayor reprobación escolar que la desnutrición infantil. Está convirtiéndose en un verdadero cáncer social que es necesario extirpar.

En el capítulo cuarto se proponen sugerencias y alternativas de solución para contrarrestar la influencia negativa de los comics y medios masivos de comunicación, dirigidos principalmente a: el Estado Mexicano, las Autoridades Educativas y elaboradores de Planes y Programas de Estudio Docentes y Padres de Familia.

## I. FORMULACION DEL PROBLEMA

### A. Antecedentes

En base a los conocimientos adquiridos durante el lapso de la carrera de Licenciatura en Educación Preescolar y Primaria y tomando en cuenta la experiencia y opiniones de educadores, personas altamente calificados en materia de titulación después de llevar a cabo una minuciosa revisión de los estudios de Tesis, - Monografías, Informes Académicos, Ensayos, etc., realizados en - las dos instituciones formadoras de docentes de la ciudad de --- Iguala, Gro., el Centro Regional de Educación Normal y la Unidad 123 de la Universidad Pedagógica Nacional, considerando también los antecedentes que se tienen en materia educativa se puede decir que no existe ningún estudio en este lugar sobre la influencia de los comics y medios de comunicación masiva, y si los hay no han llegado aún al conocimiento de todos los educadores.

Tampoco existen suficientes publicaciones, libros o artículos periodísticos que hablen de esta problemática. Por lo que - la sociedad contemporánea adolece de los conocimientos, logros - y consecuencias de este fenómeno social a pesar de las graves re - percusiones que ocasiona principalmente en los niños. Muchos de los políticos, gobernantes, educadores y gente común dudan, o no

alcanzan a percibir que medios como la televisión ocasionen daños irreversibles. Sociólogos y Filósofos por su formación son los que están verdaderamente conscientes y preocupados por tales --- acontecimientos.

Sólo en los últimos años se han presentado estudios, ensayos y libros que hablan de las consecuencias del contenido de la televisión, las noticias, los comics, los mercaderes de la comunicación etc. todos éstos realizados en el extranjero, principalmente en Canadá, Estados Unidos, Colombia, Perú, Chile, Argentina, España, Italia y Francia; en México una de las investigaciones realizadas fue hecha por Irene Herner de Schmelz, becada en nuestro país. Como resultado de esos estudios hoy en día en revistas y periódicos aparecen esporádicamente artículos sobre esta temática. Todo ello es un avance mínimo, pero avance al fin sobre el conocimiento de la influencia negativa de los medios masivos, a través del cuál poco a poco se van liberando individuos al lograr comprenderla y definirla, adaptándose y aprendiendo a vivir con los medios.

Entre las investigaciones y trabajos más importantes destacan; "La Cultura es Nuestro Negocio" Marshall McLuhan, "El Aula sin Muros" Marshall McLuhan, "Seducción Subliminal" Wilson - Bryan Key, "Comunicación Dominada" Luis Ramiro Beltrán y Elizabeth Fox de Cardona, "Mercaderes de la Comunicación" William H. Read, "Tarzán el Hombre Mito" Irene Herner de Schmelz, "Como --- leer al Pato Donald" Armand Mattelart y Ariel Dorfman, "Los Tele

niños" M. Alfonso Eurasquin, Luis Matilla y Miguel Vázquez, "Reader's Nuestro que estás en la Tierra" Ariel Dorfman, "La publicidad y la Imagen" David Victoroff, "El hombre Telespectador" Jean Cazeneuve, "Televisión la realidad como espectáculo" Furio Colombo, "Psicología y Alienación" Alberto L. Merani, etc.

## B. Definición del Problema

Después de un arduo y analítico estudio de los diferentes - problemas que ocasionan graves consecuencias en los niños de pre escolar y primaria y que obstaculizan su desarrollo integral, se consideró la problemática que unificara los intereses necesida-- des e inquietudes de los investigadores. Determinando mediante una jerarquización el de mayor trascendencia y relevancia quedando el que se refiere a la "Influencia negativa que generan los - comics y los medios masivos de comunicación" (televisión, radio, cine, prensa, etc.). Por lo que se decidió llevar a cabo una investigación que permita superarla, quedando el planteamiento de la siguiente manera: ¿Cómo superar la influencia negativa de -- los comics y los medios masivos de comunicación en la formación del niño de preescolar y primaria?

La investigación es enfocada desde una perspectiva de carácter socio-educativo ya que en este campo el impacto de la in---- fluencia es mayor. Por medio de ella se ofrecerán alternativas de solución para contrarrestar este grave problema que enfrenta actualmente la sociedad y especialmente los niños. Se proporción

narán los resultados a los docentes para que coadyuven informando a padres de familia y demás personas sobre la manipulación de que están siendo objeto.

Para el estudio se toma en cuenta la población del nivel -- preescolar y primaria comprendida entre los tres y quince años -- de edad.

Los principales términos y conceptos utilizados en la investigación son:

↓ Medios Masivos de Comunicación. Son todo sistema basado en los avances tecnológicos modernos, que produce, selecciona y --- transmite mensajes con contenido simbólico que se difunden para un público numeroso heterogéneo y son: televisión, radio, cine, prensa, etc.

Comics. Dibujos en láminas seriadas, llamados también historietas, tiras cómicas, tebeos o viñetas cómicas, (ejemplo tarzán, capulina, etc. ). Son una de las modalidades más representativas de la cultura de masas.

↓ Influencia Negativa de los Medios de Comunicación. Es todo lo que el hombre recibe de los medios de comunicación originando graves alteraciones tales como: aumento de violencia, desintegración familiar, deformación del lenguaje, cambio de valores -- morales y estéticos, etc.

### C. Justificación del estudio

El fracaso escolar la reprobación y la deserción, han sido motivo de múltiples estudios, ponencias y discusiones; han determinado sus causas como tipo económico, estructural metodológico, nutricional, de pobreza, desintegración familiar etc. comunemente culpan a los maestros porque los niños no aprenden, al Estado Mexicano por el fracaso, a los padres de familia por su apatía en las actividades escolares de sus hijos, etc.

Se ha hablado mucho y se seguirá hablando aún más y estos graves problemas lejos de disminuir aumentan paulatinamente. Sin embargo nunca se ha pensado en las terribles consecuencias de la influencia negativa de los comics y los medios de comunicación masiva, que obstaculiza la formación integral de nuestros alumnos de preescolar y primaria.

Los medios adquieren mayor influencia en los niños que los propios padres, debido a la penetración tan grande que tienen en la sociedad y principalmente en nuestra población escolar. Además superan el trabajo docente en información y tiempo de atención, logrando con ello cambiar completamente sus normas y valores morales. Los medios están ocasionando mayor daño físico y mental en los niños que la propia desnutrición, por lo que se definen como los principales reprobadores de nuestros alumnos.

Son pocas las personas que conocen a profundidad todo lo re

lacionado con este grave problema, la mayor parte de la población ignora completamente los daños orgánicos, económicos y sociales que ocasiona la influencia negativa de los comics y medios masivos, por esa razón se consideró importante realizar una investigación sobre esta temática, basándose en las repercusiones en los niños de preescolar y primaria.

Después de conocer ampliamente los comics y medios masivos de comunicación en cuanto a su funcionamiento operación y contenido, interesa comprender los daños que originan a nuestros niños mexicanos para determinar las consecuencias dentro y fuera del aula de estudio.

Los beneficios aportados por la investigación son a los más diversos niveles, primeramente a los investigadores aportará elementos valiosos, llenarán sus expectativas, afirmarán o negarán sus hipótesis e ilustrarán su trabajo docente, a los padres de familia les proporcionará elementos necesarios para conocer y convivir con sus hijos logrando la integración familiar, a los docentes les mostrará el peligro de la publicidad, el consumismo e ideología, implícitos en los medios masivos, a la educación pretende ser útil en su funcionamiento. A todos desea la emancipación personal y colectiva de pueblos y países, a los niños pretende rescatarlos y que sean precisamente niños creativos, dinámicos y reflexivos en todas las áreas y a todos los niveles.

#### D. Objetivos

Al término de la investigación y mediante el uso de algunos datos teóricos y empíricos nos proponemos:

Analizar la influencia negativa de los comics y medios masivos de comunicación en la formación de los niños de preescolar y primaria.

Determinar la magnitud del problema que representa el uso indiscriminado de los comics y de los medios masivos de comunicación en nuestro país.

Precisar en qué medida obstaculizan los comics y los medios masivos de comunicación la labor educativa en el nivel preescolar y primaria.

Presentar a los docentes los resultados de la investigación para su análisis y reflexión.

Ofrecer a los docentes en servicio, algunas alternativas de solución que contrarresten los efectos nocivos de estos medios de comunicación.

Realizar actividades en la práctica docente para contrarrestar los efectos negativos de los medios masivos.

## II. MARCO TEORICO

Existen diferentes aparatos ideológicos, el filósofo — Louis Althusser ha hecho una clasificación de ellos; aparato ideológico religioso, aparato ideológico escolar, aparato ideológico jurídico, aparato ideológico político, aparato ideológico sindical, aparato ideológico cultural y los aparatos ideológicos de la información o el sistema de prensa, el cine, la radio y la televisión, "estos aparatos ideológicos transmiten la ideología, es decir ideas, sentimientos, valores de la clase dominante que los hace aparecer como valores, sentimientos o ideas de toda la sociedad". (1)

El hombre contemporáneo de todas las razas y credos, mayormente la población infantil, reciben la influencia de los aparatos ideológicos de la información, convirtiéndose en los de mayor penetración; inclusive avasallando y superando al resto de los aparatos ideológicos.

En la actualidad la cantidad de información comunicada por la prensa, las revistas, las películas, la televisión y la

---

(1) Armando Cassigoli. Conocimiento, sociedad e ideología, -  
P. 50

radio, exceden en gran medida a la información comunicada por la educación formal y los textos escolares, "hoy en nuestras ciudades, la mayor parte de la enseñanza tiene lugar fuera de la escuela". (2)

Uno de los factores que han facilitado la penetración lograda por los medios de comunicación masiva es la pobreza de la educación formal y el consecuente bajo nivel cultural de los ciudadanos pobladores del país. Por ejemplo: Francisco Gutiérrez dice al respecto que los indígenas del altiplano peruano o de la selva ecuatoriana ejecutan sus trabajos agrícolas con el transmisor a su lado, en México, hay campesinos u obreros que realizan sus labores con su grabadora o radio de la misma manera. En la tarde de un domingo cualquiera, más de quinientos millones de personas "participan" vía satélite de una corrida de toros o de un partido de fútbol. Agrega que un estudiante latinoamericano durante sus años de escolaridad pasa ante la pantalla de cine o de televisión quince mil quinientas horas, muchas más de las que pasa en el aula, y un joven norteamericano se devora el año dieciocho mil páginas de historietas.

Se atribuye al acto de contemplar cualquier programa de -

(2) Marshall McLuhan. El aula sin muros: en Carmen Cortés Rocha la Escuela y los medios de comunicación masiva.

televisión efectos semihipnóticos y creadores de dependencia;- M. Alfonso Brausquin, Luis Matilla y Miguel Vázquez nos comentan que el 76.6% de los españoles ven diariamente televisión - y solamente el 4.1% dice no verla nunca, estiman el tiempo medio dedicado por persona a la pequeña pantalla entre doce y - quince horas semanales; el niño norteamericano se pasa entre - veintiseis y cincuenta horas semanales viendo televisión; los telespectadores de nivel preescolar alcanzan las cuotas más - altas; en Francia, las estimaciones arrojan una media de dieciséis horas semanales para los niños comprendidos entre los - ocho y los catorce años. Esto nos hace suponer y nos inclina a pensar que los teleniños serán más fieles y dependientes que los teleadultos actuales.

11 Sin embargo los padres de familia agradecen la ayuda que la televisión les presta para aplacar los ánimos de los niños - y utilizan los programas como métodos de entretenimiento fácil para sus hijos sin medir las graves consecuencias, "el niño de siete años de hoy, ha recibido ya una fuerte dosis de experiencias adultas y de toda clase de imágenes del mundo mediante - la televisión, ingresa a la escuela primaria hecho un adulto". (3); la televisión se ha convertido en niñera, los niños la em - piezan a ver desde los brazos maternos, desde el corralito, -

(3) Marshall McLuhan. La cultura es nuestro negocio.

desde la cuna o desde donde anda gateando; ven toda gama de - violencia y sexo de los adultos de todas las partes del mundo; de tal manera que cuando a los seis años ingresa a la escuela primaria, al encontrarse con el material mecánico y tradicional de libros y exámenes, no les encuentra interés y prefiere dedicarse a otra cosa, se aburre y enfada, trayéndole como consecuencia el fracaso escolar; "el niño de la era de la televisión rico o pobre, participa de la misma información reciente del mundo". (4)

En las ciudades, la televisión es el entretenimiento más sencillo, relaja en la intimidad del propio hogar; en el medio rural, es la propuesta única. En ambos casos, es la opción más práctica y barata porque está pagada de antemano, se use o no.

El simple hecho de mirar la televisión conlleva una actividad mental pasiva; el niño sentado en su banquito o en el suelo, estático y con la boca abierta, consume todo lo que aparece y absorbe todos los contenidos de la programación, "la televisión incapacita al niño para auténticas emociones." (5).

Una de las causas de la agresividad infantil y juvenil es

---

(4) Marshall McLuhan. Ibid p. 332

(5) Alfonso Erausquin y otros. Los teleniños. Libros cuadernos de pedagogía, p. 48

la violencia que reciben de la televisión, porque los niños y jóvenes que consumen emisiones televisivas brutales, incrementan su agresividad de un 200 a 300%. Los niños de preescolar y primaria se acostumbran tanto a las escenas violentas que les emite la televisión, que lo toman como algo natural y cotidiano; por lo que resulta muy difícil neutralizarla. En Overland Kansas Estados Unidos se dió el caso del niño Erin Shelton, que se tomó cuarenta tabletas de vitaminas después de ver un anuncio comercial con la intención de hacerse alto y fuerte muy aprisa, se vió al borde de la muerte, afortunadamente se recuperó; "la publicidad pretende vender sea como sea". (6)

Los niños no sólo son receptores pasivos, sino que a menudo son también inconscientes y desde luego, involuntarios: el niño que nunca veía televisión gozaba de una autonomía que el aparato hoy le ha arrebatado a sus descendientes. Los niños consumen televisión en una época de formación física, desarrollo mental y creación de actitudes.

La imagen de la televisión ofrece al que la recibe más de tres millones de puntos por segundo, de ellos, el espectador sólo acepta unas pocas docenas de cada instante con los que hace una imagen.

(6) M. Alfonso Erasquin. Ibid p. 97.

Marshall McLuhan considerado un pilar de la comunicación— aunque severamente criticado por otros, considera que los me— dios son las extensiones de una facultad humana, y que estu— diarlos, es estudiar al hombre mismo; la rueda es una exten— sión de los pies, el libro una extensión de los ojos, el vesti— do una extensión de la piel y lo más importante los circuitos— eléctricos son una extensión del sistema nervioso central.

El mismo McLuhan asegura que la importancia de los medios es tal, que determina toda la comprensión de nuestra época; — agrega que en una ocasión, el sabio matemático y filósofo griego Arquímedes dijo: "Dadme un punto de apoyo y moveré la tie— rra", señala que los medios masivos de comunicación son los — puntos de apoyo para mover el mundo en la actualidad, y así es efectivamente, y lo más curioso, es que esos "puntos de apoyo" se han cedido en arrendamiento a sociedades anónimas mercanti— listas.

Los medios electrónicos de información han terminado con— la intimidad, demasiadas gentes saben demasiado sobre otras

Wilson Bryan Key nos habla de un tema muy interesante; la Seducción subliminal, dice que éste es desconocido aún cuando— está omnipresente en el medio ambiente; asegura que toda persó— na ha sido embaucada y manipulada por el uso de estímulos su— bliminales que los mercaderes de la comunicación dirigen a sus pensamientos inconscientes, considera que las técnicas son uti—

lizadas ampliamente por los medios de comunicación, la publicidad y las agencias de relaciones públicas, compañías industriales, comerciales y por el mismo gobierno federal.

Se admite, aunque el hombre lo ignora, la existencia del papel de la percepción inconsciente, conocimientos subliminales que manipulan dirigen y controlan el comportamiento humano; es muy difícil entender y aún reconocer la percepción subliminal sin conocer y examinar teorías de percepción y comportamiento; los lenguajes subliminales no se enseñan en las escuelas; en un lenguaje dentro de un lenguaje. Está basado en la capacidad humana de recibir información subliminal, subconsciente o inconscientemente, "este lenguaje ha reproducido de manera verdadera la base de ganancia de los medios de comunicación masiva norteamericanos". (7)

El taquistoscopio, se utilizó en su inicio para emitir mensajes superpuestos sobre una película cinematográfica en un cine o sobre películas transmitidas por televisión, los mensajes a alta velocidad eran invisibles para el pensamiento consciente, pero introducían mensajes al inconsciente del observador, "la capacidad de almacenamiento del cerebro ha sido calculada en veinte mil millones de unidades de información y solamente utilizamos una pequeña parte a lo largo de nuestras vi

(7) Wilson Bryan Key. Seducción subliminal. p. 39.

das". (8). La opinión pública sobre la seducción subliminal -- opina: el periódico New Day juzgó el instrumento subliminal -- como la inversión más alarmante desde la bomba atómica"; El -- New Yorker dijo: "Hemos llegado a la penosa era en que pueden ser violadas y penetradas tanto las cosas como las mentes".

Los medios de comunicación masiva saben con exactitud -- quién es su público, lo conocen a la perfección, tienen toda -- una plantilla de profesionales a su servicio para poder cono-- cer todos sus gustos y requerimientos. Cuentan con las perso-- nas más capaces y calificadas; publicistas, pedagogos psicólo-- gos; "a sabiendas o no, entonces los psicólogos están al servi-- cio de la alienación y hacen de la psicología un instrumento -- de poder". (9)

Los medios de comunicación tienen la capacidad comprobada y establecida totalmente de programar el comportamiento huma-- no; han probado con claridad ser socialmente irresponsables y-- engañados sin remedio por su propia avaricia.

Existe muy poca información pública disponible acerca de-- las influencias subliminales. Actualmente el público en gene-- ral, los educadores y otros que ostentan de llevar la verdad --

(8) Wilson Bryan Key. Ibid. p. 92

(9) Alberto L. Merani. Psicología y alienación. p. 9



110365

110365

casi no saben nada.

Aún cuando todas las técnicas de la persuasión subliminal fueran consideradas ilegales, la ley no podría ser puesta en vigor, "la profesión legal, no ha eliminado el crimen, sólo ha causado que éste, se vuelva más refinado y extravagante". (10) lo mismo puede acontecer si la seducción se declara fuera de la ley y es proscrita. Además, el uso de los estímulos subliminales como instrumento para motivar al público en los diversos medios de comunicación, han alcanzado ya un alto nivel de destreza técnica "lo oculto subliminal puede estar presente para el oído cuando no es accesible para el ojo". (11)

En el concepto de fenómenos subliminales están incluidas todas aquellas técnicas que son conocidas por la comunicación, y por medio de las que millones de seres humanos son manipulados diariamente sin estar conscientes de tal acción.

"Hoy en día lo que vende la publicidad no es lo que la persona ve conscientemente, sino lo que estimula su inconsciente"(12)

El simbolismo genital, es decir las zonas erógenas, son utilizadas universalmente y a granel por los medios de comuni-

(10) Wilson Bryan Key. P. cit. p. 264

(11) Marshall McLuhan en la introducción a la seducción subliminal de Wilson Bryan Key. Op. cit. p. 15

(12) Wilson Bryan Key. Op. cit. p. 55

cación y rara vez el público los reconoce como tal.

"Es en especial curioso observar el uso de zonas erógenas en la publicidad de juguetes para niños y su relación con las manos boca, ojos y otros puntos de contacto corporal". (13)

La televisión es la que decide y establece los horarios familiares, determina cuando se acuesta la familia, cuando va al baño, cuando entabla una conversación, cuando los padres tienen relaciones sexuales, etc.

"La aceptación dócil y subliminal del impacto de los medios ha convertido a éstos en cárceles sin muros para los usuarios". (14)

Efectivamente los medios han aprisionado al hombre y mayormente a los niños, los medios imponen formas de vestir, de hablar, y hasta de pensar, logran hacer de los niños unos verdaderos autómatas.

Hasta en las bellas artes se encuentran las técnicas de sublimación, esto es de la siguiente manera, el artista anota una palabra obscena en su obra, en su lienzo, lo retoca y cu

(13) Wilson Bryan Key. Op. Cit. P. 75

(14) Marshall McLuhan. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre.

bre con pintura de tal manera que se oculta a la vista del público, pero sí es captado por el cerebro de todos logrando — efectos extraordinarios y así vender a costos elevados y casi de inmediato.

"Es completamente factible que Ticiano, Rembrandt, Picasso y — otros pintores también hayan descubierto por simple accidente — que las palabras imbuidas producen un efecto extraño en los patrones artísticos". (15)

Ariel Dorfman y Armando Mattelart en su libro "Para leer — Al Pato Donald" reconocen que el principal obstáculo para la — divulgación de su obra es que desafortunadamente no podrá ser — comprendida plenamente, debido al nivel educacional de nues — tros pueblos, y por todos los lectores a los que se desea lle — gar. Esa problemática es a la que también se enfrenta el pre — sente estudio, pero por todos los medios posibles se trata de — difundir y llegar a la mayoría de las personas. Se considera — que las primeras en contacto y conocedores somos los investiga — dores, y es muy bueno, porque se ha aprendido algo de lo que — no teníamos mayor conocimiento, enseguida nuestros asesores y — jurado, conocerán también con mayor precisión estos fenómenos — y así todos juntos desde nuestros puestos estratégicos y con — el contacto directo de alumnos y padres en general, puede ha —

---

(15) Wilson Bryan Key. Op. cit. p. 72

carce una labor de divulgación concisa y en períodos de tiempo considerables, tener mayores posibilidades de tratamiento a los efectos que la influencia negativa de los medios de comunicación masiva tiene en los alumnos de preescolar y primaria.

No es novedad el ataque a Walt Disney, siempre se le ha rechazado como propagandista del "American Way of life", como un vendedor viajero de la fantasía, como un portavoz de la irrealidad (representa el American Dream of life). Disney se ha encargado de mandar al Pato Donald como embajador a todas partes.

"Lástima que Sócrates no puede comprar sus revistas, ¡seguro que no bebe la cicuta! (16)

Disney tomó tierras vírgenes en Estados Unidos y construyó sus palacios de disneylandia, el reino embrujado. Recientemente se disputaban Francia, Holanda e Inglaterra, el privilegio de que en sus suelos se construyera un Disneylandia Europeo, finalmente Francia obtuvo los derechos y se está construyendo ya el mundo de fantasía Disney, que caricaturiza a los países como atrasados pero no revela la causa de este atraso, tampoco dice que los países están así por las constantes explotaciones y conquistas del hombre blanco, el Español, Inglés, Portugués, Francés antes y el Norteamericano y Ruso ahora. La

(16) Armand Mattelart y Ariel Dorfman. "Para leer al Pato Donald

simple lectura de las revistas Disney "muy pocos por no decir-poquísimos, saben que el muñeco disneylandio es producto de un robo intelectual y burda caricatura de Pinochio que Carlo Collodi creara en la segunda mitad del siglo pasado". (17). Es el fundamento del acto de dominación.

"De ahí que la lectura de Walt Disney sea alimento para mentes destinadas a la alienación, sin imaginación verdadera y sin inteligencia reflexiva, y la de Collodi, para gente destinada a dejar volar libremente su imaginación afincándola en la inteligencia creadora". (18)

El ciclo individual del Mc. Pato, reproduce en cada acto de su vida el ciclo histórico de una clase en toda sociedad - donde una clase social, es dueña de los medios de producir la vida, también de esa misma clase que es propietaria del modo - de producir las ideas, los sentimientos, las instituciones, en una palabra, el sentido del mundo y los medios masivos de comunicación manipulan y controlan a todos, incluyendo a la misma clase en el poder, porque tampoco escapa a su embrujo y enajenación.

Nuestro país se caracteriza por ser exportador a Estados-

(17) Alberto Merani. "Del Pinochio de Collodi al Pinocho de -  
Disney

(18) Alberto L. Merani. Ibid p. 112

Unidos de materias primas, e importador de productos elaborados. Le mandamos cobre, petróleo, etc. y nos llegan máquinas para obtenerlo y empréstitos para pagar a los trabajadores. Por lo tanto, el proletariado ha sido relegado: en la ciudad es criminal, en el campo es el buen salvaje cuando por desesperación llega a protestar.

"Mientras los marines pasan a los revolucionarios por las armas, Disney los pasa por sus revistas. Son dos formas de asesinato: Por la sangre y por la inocencia". (19)

Lo más risible es el caso de un magazine femenino chileno, en 1970 proponía que se le otorgara a Disney el Premio Nobel de la Paz, por lo menos no propuso a Hitler o al mismo Attila.

No hay que olvidar que el niño se identifica con sus semejantes dentro de la revista y por lo tanto, participa de su propia colonización.

"En más de un país se ha comprobado que el ratón Mickey supera en popularidad al héroe nacional en turno". (20)

La escuela no sólo ignora en la práctica la existencia de

---

(19) Armand Mattelart y Ariel Dorfman. Op. cit. p. 58

(20) Armando Mattelart y Ariel Dorfman. Op. cit. p. 12

los medios de comunicación social, sino que trata de supervi-  
vir de espaldas a la realidad creada por los medios de comuni-  
cación masiva. Es evidente que los medios están poniendo en -  
tela de juicio el proceso de escolarización, los medios consti-  
tuyen también una "Escuela" mucho más vertical, alienadora y -  
masificante que la escuela tradicional, la educación se presen-  
ta como una verdadera encrucijada para los países del tercer -  
mundo.

"Los medios de comunicación de masas han sido y son empleados  
como instrumentos de opresión y alienación". (21)

Es un hecho real que tampoco existe comunicación en el au-  
la escolar. Establecer una comunicación más intensa, más viva  
en el proceso educativo, es uno de los objetivos primordiales-  
de la pedagogía.

La escuela no debe estar desvinculada del proceso de comu-  
nicación, porque la falta de ella, da como resultado pasividad  
negatividad e indiferencia, de ahí que se piense que en el si-  
glo de la comunicación masiva, corremos el riesgo de la más te-  
rrible incomunicación.

(21) Francisco Gutiérrez. El lenguaje total: Pedagogía de --  
los medios de comunicación.

No es nada extraño que la escuela informadora haya entrado en una aguda crisis existencial, el mundo tecnificado y electrónico plantea al educando una serie de interrogantes para las — cuales la pedagogía tradicional aún no ha encontrado las res— puestas satisfactorias. Pretende llevar a cabo una pedagogía — impositiva y tradicional, aún cuando se apoye en las técnicas — audiovisuales, es forzar la naturaleza humana y por tanto, es — realizar una labor opuesta al proceso de comunicación.

Los jóvenes quieren ser forjadores de su propia historia, — por tanto, la escuela debe contribuir a ello, porque uno de sus objetivos primordiales, es lograr la socialización de los edu— candos.

"El profesor ya no es el sabelotodo sino un co-investigador, y — co-responsable en la acción educativa, ya no podrá "tolerarse — que el profesor continúe siendo el sabio por profesión y el jo — ven el ignorante por definición". (22)

¡ Muchas de las costumbres de los hábitos del mexicano, es — la lectura de un subarte o subcultura como los comics; forman — parte de una invasión cultural del capitalismo a nuestra socie — dad pseudocapitalista, porque en México se leen comics importa — dos; hasta en eso tenemos influencia. Por ejemplo, tenemos a —

Tarzán que forma parte y expresa los valores de la burguesía y por lo tanto, se incluye en el Great American Dream, en el -- triunfo de la coca-cola, de la historieta y el hot-dog.

En México, esta serie de historietas ha tenido bastante -- éxito, no obstante el tiempo transcurrido desde su creación si gue siendo uno de los personajes favoritos de los niños.

"Tarzán es popular porque se le ha hecho publicidad" (23).

Tarzán es la reencarnación del espíritu del Emilio en el mundo popular del siglo XX, pero aún más, es la calca de gran parte de la obra de Rousseau, pues su autor, Edgar Rice Bu--- rroughs, copió al pié de la letra, en sus primeros cuarenta -- años, las vidas de el Emilio y Tarzán. La obra de Burroughs -- es racista, Tarzán es la imagen del capitalismo en plena expa sión e internacionalización, sus valores, su concepto de bon-- dad y de maldad encajan perfectamente con los de cualquier -- buen ciudadano, su fantasía fué la expresión clara de la efica-- cia de una ideología que hace creer a los hombres, enajenándo-- los. Así, los habitantes de este mundo, se hacen partícipes -- de su propia explotación sin ser conscientes de ello. Para el autor de Tarzán los lectores deben convencerse de que la domi-- nación colonial blanca en Africa, o bien en Asia y América La-- tina no sólo es inevitable sino benéfica y necesaria para es--

(23) Irene Herner de Schmelz. Tarzán el hombre mito.

tos países "Tarzán no es el hombre Tarzán, sino expresión ideal de una institución y de un sistema, es el símbolo de la presencia imperial en todo el mundo". (24) en 1961 Tarzán fué declarado "racionalmente inaceptable por la Secretaría permanente de la Organización de la Solidaridad Afroasiática, con sede en el Cairo". "El Tarzán de la historia inicia su parte la serie de héroes que culmina en Supermán, Batman y compañía". (25)

Cuando Broadway anunció el estreno de Tarzán de los monos, lo hizo con bombo y platillos, considerándolo el film más llamativo e inolvidable, la historia más sorprendente de la época, pues Tarzán, era el héroe número uno de América. Con el personaje de Tarzán, se inicia el gran negocio, la explotación, la alienación y la dependencia de los pueblos pobres del tercer mundo.

Tarzán es llevado al cine, a la televisión y a los comics, con ese simple personaje se inicia una época de prosperidad para el imperio capitalista, la obra es copiada y por todos lados surgen personajes similares a él, nuestros niños escolares no escapan al embrujo del rey de los monos y con el simple hecho de ver una revista cómica, ver una película de su personaje favorito, inicia la pérdida de su identidad nacional pierde

---

(24) Irene Herner de Schmelz. Ibid. p. 150

(25) Irene Herner de Schmelz. Op. cit. p. 165.

también sus valores estéticos y morales, pierde su autonomía, - inocencia e infancia y queda finalmente a merced del explota-- dor, que le sigue vende y vende, "la programación, en gran par-- te extranjera, produce transculturación no participativa y des-- tructora de valores autóctonos". (26)

Según la opinión de Luis Ramiro Beltrán, hace más de un - siglo y medio, los países que actualmente conforman América La-- tina, dejaron de ser a través de una guerra de independencia - política, colonias del imperio español y portugués: en el pre-- sente siglo, estos países han estado sometidos a la influencia dominante de Estados Unidos; la semejanza con las condiciones-- coloniales es tal, que la relación se identifica como de "neo-- colonialismo". Agrega que es la comunicación de masas la que-- se ha convertido en el instrumento principal del imperialismo-- cultural de Estados Unidos.

Lo anterior nos permite ver la gravedad de las cosas para toda América Latina que se encuentra sumisa en una dependencia económica, política, cultural, tecnológica, etc. Son los ni-- ños los más afectados con estos sucesos, con el control ejerci-- do por la influencia de los medios masivos está garantizada su dependencia y control y se ve difícil que en un futuro inmedia-- to obtengan su autonomía, si la Colonia en el caso de México -

---

(26) Luis Ramiro Beltrán y Elizabeth Fox de Cardona. Comunica-- ción dominada.

duró trescientos años, los nativos nunca se liberaron, fueron los criollos, hijos de españoles los que inician y logran la libertad, se antoja difícil que los latinoamericanos se libe-- ran de un neocolonialismo, que ni siquiera reconocen que exista. "Estados Unidos ejerce, por medio de la comunicación, una abrumadora influencia cultural sobre los países latinoamericana-- nos, lo que pone en grave peligro la integridad de sus cultu-- ras nativas". (27)

El destacado filósofo mexicano Leopoldo Zea opina lo si-- guiente sobre los medios masivos de comunicación: los anun-- cios, la música, las imágenes de la radiodifusión y la televi-- sión; van como una gota de agua permanente sobre una piedra, -- por dura que ésta sea, penetrando en los radioyentes y televi-- dentes hasta conformarlos a su medida; un doble instrumento -- educativo que todos tenemos en nuestros hogares, por pobres -- que ellos sean; va creando quizá sin darse cuenta, un determi-- nado tipo de hombre.

Una de las innovaciones educativas más exitosas y mejor -- conocidas de los niños recientes es el programa de televisión-- Sésame Street, creado en 1968 en Estados Unidos, cuya finali-- dad esencial es suministrar a niños en edad preescolar, de ma-- nera entretenida, nociones básicas del alfabeto y de los núme--

---

(27) Luis Ramiro Beltrán. Ibid. p. 64

ros, "Sésame Street, ha recibido menciones elogiosas incluso de organismos internacionales como la UNESCO". (28); En México se realizó la versión para Latinoamérica, con el nombre de "Plaza Sésamo", se emitió prácticamente en la totalidad de los países de Centro y Sudamérica; "razones ideológicas y pedagógicas llevaron primero a Perú en 1972 y un año después a Venezuela a rechazar la exhibición de este programa". (29)

Bryan Key, considera que la televisión es herramienta extraordinaria de entretenimiento para la información unitaria consecutiva y uniforme, sin embargo, es un desastre como herramienta educativa.

Estudios recientes consideran que los medios también son capaces de activar a su público en forma semejante a como lo hacen las drogas, logran en las personas cuadros depresivos y cuadros estimulantes; "la televisión contribuye a conformar mentes receptivas carentes del ejercicio de la reflexión y análisis, y alejan al niño del ejercicio activo, del juego, del deporte, del estudio". (30)

La televisión mexicana proporciona entretenimiento más que educación.

(28) M. Alfonso Erasquin. Los teleniños. Op. cit. p. 183

(29) M. Alfonso Erasquin. Ibid. p. 184

(30) Mariclaire Acosta y Aurora Cano. ¿Qué ofrece la televisión infantil? en revistas mexicanas de ciencias políticas,

### III. METODOLOGIA

El hombre dedicado a la cultura o a la ciencia, como medida sistemática, basa sus acciones en metas a alcanzar y, la más importante al estudiar la carrera de Licenciado en Educación Preescolar y Primaria, es la de verla culminada y, como consecuencia, lograr la titulación profesional. Para ello, se formó un equipo de trabajo integrado con miembros de ambos niveles Preescolar y Primaria, con el objeto de aportar mayores elementos teórico --- prácticos que enriquecieran la investigación. Para realizar este proceso se estructuraron cinco etapas que permitieran llevar con precisión el desarrollo del estudio. De una forma lógica se describirán cada una de éstas:

#### A. Formulación del Problema

Después del análisis realizado se detectaron diferentes problemas que son un obstáculo en el proceso enseñanza-aprendizaje; cada integrante presentó los de mayor incidencia, se justificaron, refutaron y reflexionaron con los elementos y razonamientos posibles. Sin embargo, habría que unificar los intereses de todos y, mediante una categorización se eligió el de mayor trascendencia y relevancia.

#### B. Elaboración del proyecto de trabajo

Con el propósito de llevar un orden de las actividades y lograr mayor objetividad en el presente trabajo, todos aportaron - sus conocimientos para la elaboración del proyecto de trabajo el cual contiene los siguientes aspectos:

### 1. Planteamiento del problema

Tomando en consideración que las consecuencias del problema-elegido afectan a los dos primeros niveles educativos, conveni--mos proponer alternativas de solución para contrarrestar la in--fluencia negativa que conllevan los comics y medios masivos de - comunicación, favoreciendo así la formación integral de los ni--ños, convirtiéndolos en investigadores creativos, reflexivos y - críticos. Quedando el planteamiento de la siguiente forma; ¿Có--mo superar la influencia negativa de los Comics y Medios de comu--nicación masiva en la formación de los niños de preescolar y pri--maria.

Considerando el problema y por nuestro campo de acción, el enfoque que se le dió a la investigación es de carácter socio-e--ducativo, ya que con éste, se logra confrontar la teoría con lo--que acontece realmente en la sociedad.

### 2. Justificación del estudio

Con base en el conocimiento que se tiene de que los comics--y medios masivos, coadyuvan a fomentar y consolidar junto con --

otras causas la reprobación y bajo rendimiento escolar y, debido a que gran parte de la sociedad desconoce esta problemática, se decidió a abordar este tema con la finalidad de poder ofrecer al ternativas de solución para ello. Además de que como educadores se tiene la ineludible obligación de luchar para tratar de exter minar los problemas que interfieren el aprendizaje, o en su defecto disminuir las consecuencias de la influencia que tienen en los educandos.

Las metas que se pretenden alcanzar con el trabajo que se presenta, son con el fin de participar como profesionales e inte grantes activos de una sociedad de la cual formamos parte; tratando de concientizarlos sobre la manipulación de que están sien do objeto y, coadyuvando a minimizar los problemas que obstaculi zan la formación integral de los niños.

### 3. Definición del problema

Contando con el planteamiento del problema que serviría de base para la investigación se dividió en los siguientes aspectos: Formulación del problema, Marco teórico, Metodología, Resultados de la investigación.

Para que el problema tuviera mayor claridad se definieron términos y conceptos del mismo, delimitándose también en tiempo y espacio.

#### 4. Antecedentes

Teniendo el problema elegido y definido el enfoque en que -- se destacaría la investigación se hizo la revisión de diferentes fuentes bibliográficas que ayudarían en este estudio. De esta -- revisión se seleccionaron las obras que más se apegaron al pro-- blema.

#### 5. Forma en que se realizó la investigación

a. Planteamiento del problema: detección, jerarquiza--- ción elección y formulación del problema. Se delimitó en tiempo y espacio, se hizo la delimitación por aspectos y se señalaron -- objetivos.

b. Seguimiento para hacer el proyecto de investigación: elaboración del proyecto de trabajo, elaboración de un cronogra ma, se realizó lectura analítica de fuentes bibliográficas, se redactó el proyecto definitivo.

c. Recopilación del material: recopilación de fuentes -- útiles a la investigación, elaboración de fichas bibliográficas y lectura analítica de fuentes que aportarían elementos teóri-- cos al estudio.

d. Organización y análisis del material: organización-- de un fichero, selección y ordenamiento de las fichas de traba--

jo.

c. Redacción y presentación: la redacción se hizo por capítulos, se presentó el trabajo para su revisión definitiva.

## 6. Esquema de trabajo

La Universidad Pedagógica Nacional señala los Lineamientos-precisos para los trabajos de titulación y es ahí donde obtuvimos las indicaciones para establecer el esquema de trabajo.

## 7. Cronograma

Con la finalidad de organizar y planificar todas las actividades relacionadas con la investigación se elaboró un cronograma, estableciendo tiempos adecuados y específicos tomando en cuenta nuestras posibilidades, capacidades y actividades profesionales y familiares.

## C. Recopilación de material

Con el propósito de obtener la información necesaria para la investigación, elaboración de la tesis y apoyándonos en el proyecto, el equipo acudió a la Biblioteca Pública Municipal de la Secretaría de Educación Pública y de la Unidad 123 dependiente de la Universidad Pedagógica Nacional de la ciudad de Iguala-Gro., con la finalidad de localizar fuentes bibliográficas que -

fueran de utilidad a la investigación; registrando las obras localizadas, además se contó con el apoyo de asesores, colegas, familiares y amistades facilitándonos libros relacionados a nuestro problema de investigación. Lo que nos permitió reunir una cantidad suficiente, seleccionando los de mayor importancia para nuestro estudio.

#### D. Organización y análisis del material bibliográfico

Con los libros reunidos, se procedió a realizar una lectura analítica y reflexiva de cada obra en forma individual, es decir por cada investigador. Se registraron los datos más importantes, elaborándose fichas de trabajo: textuales, paráfrasis, comentario y mixtas.

Al finalizar el análisis individual, se efectuó una confrontación reflexionándose en forma crítica los contenidos, se unificaron opiniones redactándose fichas bibliográficas definitivas y de equipo, éstas se clasificaron de acuerdo a los capítulos y a su contenido.

#### E. Redacción y presentación

Paulatinamente se redactó el borrador capítulo por capítulo, haciéndose las anotaciones, reformas y agregados que se consideraron convenientes. Habiéndose verificado, y satisfechos con la redacción, se entregó el trabajo para su revisión y suge-

rencias.

En su momento, recibimos de los asesores nuestro material - con las observaciones, se volvió a revisar y aceptamos reformarlo sugerido, enviándole nuevamente a la revisión definitiva. -- Con su autorización y reproducción, se presenta nuestra tesis -- profesional.

#### IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

El hombre al nacer tiene la necesidad de comunicarse. Así en la antigüedad el hombre primitivo sin tener elementos técnicos, creó de una manera rústica sus formas para poder establecer comunicación con sus semejantes. A medida que la humanidad fue evolucionando surgieron nuevas necesidades de estar en contacto con una gran parte de la población, aumentando cada vez más la necesidad de crear un sistema que pudiera informar sobre los acontecimientos, y hechos sobresalientes de lo que pasaba en todo el mundo; de esta manera aparecen de acuerdo al avance de la ciencia los medios de comunicación cuya función específica es la de informar, poco a poco estos sistemas, fueron siendo acaparados por la iniciativa privada; hasta que finalmente quedan bajo el control total de este grupo social.

A continuación se presenta un panorama general del origen y evolución de los diferentes Medios de Comunicación. En el siguiente apartado se hace un análisis crítico de estos Medios de Comunicación en la actualidad. Posteriormente se dan a conocer Causas y Consecuencias de los Medios, finalmente se presentan al ternativas para contrarrestar la influencia negativa de los Comms y Medios de Comunicación.

## A. Origen y Evolución de los Medios de Comunicación Masiva.

### 1. Radio

El dato de registro de patente de radio más antiguo es fechado en el año de 1896.

El radio inicialmente no era aceptado masivamente como ocurre tiempo después con la televisión, debido quizá a que los primeros aparatos eran aparte de costosos, muy voluminosos y de difícil transporte; además, como no había la estructura técnica y operativa la programación era reducida y de poco interés colectivo. Poco a poco fue ganando auditorio, adeptos y evolucionando progresivamente. De tan sólo contar con una influencia de unas cuantas cuadras, pasó a cubrir con sus ondas herzianas todo un territorio; el desarrollo de la radio es a la par como el resto de innovaciones, tienen su grado máximo de perfeccionamiento en los países económicamente fuertes y así hasta llegar a los últimos rincones del mundo. Por ejemplo en 1922 cuando nuestro país contaba apenas con tres emisoras de radio experimental, en los Estados Unidos de Norte América funcionaban ya unos 400 mil aparatos receptores.

El Estado Mexicano inicia su participación en la incipiente industria radiofónica en 1924 al instalar la Secretaría de Educación Pública una emisora de transmisión aunque era muy limitada en su frecuencia.

En 1929 hacen lo mismo las Secretarías de relaciones exteriores de industria y trabajo.

Es durante el gobierno del Presidente Plutarco Elías Calles en 1926 cuando se expide la primera regulación estatal de transmisiones radiofónicas, con la "Ley de Comunicaciones eléctricas".

El proyecto estatal, radiofónico más importante en la década de los treinta, fue la KEFD, emisora del Partido Nacional Revolucionario (antecesor del PRI), la estación radial tuvo amplio funcionamiento durante el gobierno del Presidente Lázaro Cárdenas. En 1946 ya durante el mandato del Gral. Manuel Avila Camacho el gobierno cede la emisora a la Industria privada.

Las dos estaciones de radio más antiguas del país son la XEQ fundada el 14 de Septiembre de 1923 y la XEW, instalada en 1930 la primera era filial de la C.B.S. (Columbia Broadcasting System) y la segunda de la N.B.C. (National Broadcasting Company).

Compañías norteamericanas que controlaban toda la industria radiofónica internacional ambas estaciones la XEQ y XEW integraban la organización de radio programas de México, S.A. y que a partir de 1945 dejan de establecer, estaciones de radio, por la posibilidad de instalar estaciones de televisión.

Es a partir de la primera guerra mundial cuando se expande-

en Estados Unidos la industria de la radio, poco después en los años veinte se inician en nuestro país las primeras transmisiones por radio en las ciudades de México y Monterrey.

## 2. Prensa

La prensa tiene sus orígenes en Estados Unidos, llega a México también como lo hizo la radio, sus tirajes eran simbólicos-- apenas unos cuantos ejemplares, casi era una actividad de lujo,-- sólo unos cuantos sabían leer, sólo algunos tenían la posibilidad de adquirirla; con el tiempo sus impresiones, contenidos y adeptos aumentaron sustancialmente, casi desde el principio fue usado como arma y denuncia política contra los gobiernos y personajes influyentes, en México así fue usada en la reforma, el porfiriato, la revolución, y en pequeña parte en la actualidad.

En el campo de la Prensa es donde el Estado Mexicano tiene menor participación comparándola con los demás Medios, el gobierno no es propietario de El Nacional, la Prensa y el Diario Oficial; el resto son de propiedad privada.

Algunos periódicos sobre todo los de la ciudad de México -- certifican su circulación ante notario, el número de ejemplares que se venden cotidianamente, falseando la información pues en realidad se distribuyen más de los que dicen.

## 3. Cine

El cine es una invención realizada en Francia, la primera -proyección cinematográfica tuvo lugar en Inglaterra.

Del total de películas que se exhiben en América Latina, un promedio de 55% son producidas en Estados Unidos. México es el mayor productor de películas en español.

#### 4. Comics

Los antecedentes más remotos se refieren al lejano año de -1885, hace ciento tres años, cuando Richard Felton Dutcaulf dibujaba su primera lámina de la serie "Yellow Kid" para el New York Word, jamás sospechó que su creación estaba iniciando una de las modalidades más vivas de la cultura de masas, conocida más tarde con el calificativo de Comics.

El ejemplo más ilustrativo de Comics, lo constituye "Tarzán de los monos" obra de Edgar Rice Burroughs, que a su vez es una copia casi al carbón del Emilio Rousseaniano; Tarzán reúne valores mitológicos e imágenes superhumanas del pasado histórico occidental, es amamantado por una bestia, al igual que Rómulo y Remo, reúne también características que permiten identificarlo con personajes como Adán y Noé. Tarzán ha sido héroe de varias generaciones de niños, adolescentes y adultos a nivel mundial.

El mito de Tarzán llegó al mundo de la historieta en el que se desenvuelve con mayor libertad de movimiento que en el cine,-

resultando ser más efectiva la penetración ideológica, tiene mayor éxito en los Comics, porque ahí es más fácil crear un mundo de fantasía y porque los consumidores pueden consultarlo constantemente y hasta pueden coleccionarlo y las películas se proyectan fugazmente, no pueden contar en ellas con todos los elementos de la imaginación, personajes y recursos que si pueden plasmarse en el papel.

A partir de la primera publicación, se inicia el debút de Tarzán en los medios de comunicación de masas, con el estreno en 1918 de la cinta "Tarzán de los Monos" seguido por la publicación en historietas, a partir de 1929, también se hizo una programación radiofónica, convirtiéndose en la primera programación presentada ante los micrófonos, de la que se hicieron dos álbumes de discos.

El Tarzán de la historieta, inicia la serie de héroes que culmina con Superman, Bátman, Rambo y Compañía.

Otro caso también ilustrado de la explotación del Capitalismo es el mundo de Walt Disney, él tomó tierras vírgenes en Estados Unidos y ahí construyó su palacio de Disneylandia, constituyendo un verdadero imperio, colonizando desde ese lugar a todo el mundo, niños, jóvenes y adultos. Disney es la reencarnación del sueño americano, se burla de los países subdesarrollados, diciendo que sus habitantes son salvajes y tontos.

La principal editora y distribuidora de revistas de historietas para América Latina es la Westein Publishing Company cuya matriz se halla en México. Difunde millones de ejemplares de Archi, Báltman, Supermán, Walt Disney, Lorenza y Pepita, Tom y Jerry y el Puerquito Porky entre otras. Además Disney-Company otorga licencias directas a editores de América Latina para la publicación de su producción en español.

### 5. Televisión.

Al finalizar la segunda guerra mundial se generó en Estados Unidos de Norteamérica un proceso de expansión de la industria televisiva. Para el año de 1950 contaban ya con 10,550.000 aparatos receptores en toda la Unión Americana, mientras en nuestro país en ese mismo año apenas se estaba inaugurando con el apoyo total del gobierno del C. Presidente Alemán Valdés, desde el inicio las compañías transnacionales que controlaban la industria televisiva de México y de toda América Latina. La C-B-S (Columbia Broadcasting System), N-B-C (National Broadcasting Company), A-B-C (American Broadcasting Company Wold). Contaron con privilegios y concesiones que persisten todavía en la actualidad, desde su inicio poseían un poder que nadie niega que exista. En 1953 se expide un decreto presidencial en el cual el C. Pte. Adolfo Ruiz-Cortínes trataba de regular y controlar las transmisiones de Televisión.

En 1958 se agrupan los canales 2, 4 y 5 en Telesistema Mexicano, es hasta el año de 1960 cuando el Estado intenta con la actual ley federal de radio y televisión normar y participar por vez primera como emisor y esto a través de los propios canales privados que ya existían, pero es hasta 1969 cuando el intento del Estado comienza a cobrar forma al establecerse que el gobierno contara con el 12.5% del tiempo de transmisión de los canales comerciales. En 1960 el grupo financiero Monterrey inaugura el canal 8 y el Estado funda el canal 13.

Los tres canales privados se fusionaron poco después de su nacimiento, el canal 4 fué creado el 26 de julio de 1950, el 2 el 21 de mayo de 1951 y el 5 el 18 de agosto de 1952. En el año 1959 sus señales llegaban a veinte Estados de la República, para 1962 comenzaban a exportar series principalmente a televisores de América del Sur, a finales de los sesenta comienzan a proyectarse programas en color, en 1972 Telesistema Mexicano se fusiona con televisión Independiente de México del grupo Monterrey, creando la actual Televisa.

En 1971 telesistema Mexicano había promovido la formación de la organización de televisión Iberoamericana, OTI, destinada a producir y transmitir conjuntamente eventos y programas en varios países de América Latina y España. Cinco años después Televisa incursionó de lleno en el mercado Norte

americano al comprar la quinta parte de las acciones de la empresa Spanish Internacional Communication Corporation, (SIN),- a partir de lo cual se establece el sistema Univisión, Televisa ha crecido enormemente; en la actualidad exporta programas a todo el mundo, transmite vía satélite a Europa, Norte de - África, Canadá, E.E.U.U. y América Latina, incluyendo a Cuba.

La década de 1970 ha sido testigo de una disminución de- la inversión directa norteamericana en los medios masivos de- América Latina, especialmente en televisión, esto se debe a - una creciente politización y protestas de los países, al dis- minuirse las inversiones han desarrollado los norteamericanos otras formas de influencia, por ejemplo la publicidad, venta- de programas, tecnología y materiales educativos.

En el mismo año de 1970 se examinó una semana de progra- mación de televisión en 18 ciudades de América Latina. Reve- lando que existe un promedio de 31.4% de programación Esta- dounidense en la televisión latinoamericana. Fluctuando en- tre 92.7% en Panamá y 21.4% en Argentina. Los canales de te- levisión de América Latina son comerciales, la publicidad es- primera finalidad y propósito, en México se gastan casi 500 - millones de dólares en publicidad, de los cuáles 400 millones son manejados por once agencias de publicidad estadounidense, de 170 agencias de publicidad que operan en el país sólo cua- tro son completamente mexicanas.

América Latina gasta anualmente 80 millones de dólares - en compra de programas grabados y películas de la televisión-norteamericana.

En general, los medios de comunicación masiva en México están fundamentalmente controlados por la iniciativa privada-vinculada al capital transnacional, mientras que la televi-sión pública no ha logrado aún su consolidación, la televi-sión privada nació y creció al amparo de gobiernos que no ca-libraron la importancia que había de tener este medio de comu-nicación y cobijada, también, en normas jurídicas insuficien-temente claras y que permitieron una expansión indiscriminada del consorcio Televisa.

El estado en la actualidad opera una empresa de partici-pación estatal mayoritaria que es imevisión integrada por los canales 7, 13 y 22 además por medio de la S.E.P., el canal 11 y la emisora de radio Educación. El pequeño canal cultural - del politécnico padece carencias financieras, vive en constan-tes conflictos políticos internos; el modernizado y controver-tido canal que transmite desde el Ajusco se encuentra casi - por completo sometido a inercias burocráticas y cuando sus di-rectivos quieren armar programas capaces de competir con la - televisión privada, acuden a esquemas de producción que ya ha explotado Televisa.

En la actualidad todo lo relativo a los medios masivos -

de comunicación en horario están controlados en su totalidad por la empresa Televisa.

B. Análisis crítico de los medios masivos de comunicación en la actualidad

El hombre, es el ser vivo que se diferencia de los demás porque al usar su raciocinio, transforma a la naturaleza, y por ende, al medio que le rodea. Desde la época primitiva tuvo la necesidad de comunicarse con sus semejantes y como vivía más en contacto con la naturaleza sus necesidades eran pocas, con la práctica de la caza, la pesca y la recolección de frutos, las cubría y de esa manera lograba su subsistencia. Después de vivir errante, en forma accidental descubrió la agricultura, haciéndose sedentario, es decir, se quedó a vivir en un sólo lugar y para sembrar, utilizaba la coa, también aprendió a domesticar animales y con esas actividades, cubría sus necesidades o gran parte de ellas. Con el paso del tiempo necesitó herramienta para realizar su trabajo y cuando aparecieron el hierro y otros metales se construyeron nuevas herramientas y pequeñas máquinas manuales utilizadas en los talleres artesanales. A medida que surgían más inventos que facilitaran el trabajo del hombre se fueron concentrando más personas en los lugares donde tenían su trabajo y al aparecer las industrias, dieron paso a las grandes ciudades sobre todo en las zonas industriales, donde se requería mano de obra. Esto ocasionó la urbanización, y ésta a su vez

dió paso a una sociedad y una cultura de masas, grandes conglomerados sociales que necesitaban servicios y sobre todo de la comunicación, donde la alta tecnología representada por los medios masivos de comunicación, juegan un papel determinante, pues con su influencia, el hombre, ha modificado su forma de vida, haciendo a un lado lo que su familia le ha enseñado, sufriendo un desarraigo hacia lo nacional y ha sido presa fácil de la propaganda que le llega a través de esos medios, pues éstos saben hasta donde llegar, en este mundo materialista en que vivimos, a través de ella las ventas aumentan considerablemente, porque inducen a la gente a comprar artículos que no necesitan o que no le son de utilidad. La publicidad trata de que el cliente compre, de una u otra manera, pero que siga comprando.

#### 1. Los medios masivos de comunicación en la actualidad

Actualmente se ha considerado que la ciencia está muy adelantada, pero si analizamos las cosas, estas innovaciones han venido a perjudicar a la humanidad, un ejemplo lo tenemos en los medios masivos de comunicación que influyen grandemente en la sociedad pero en forma negativa, pues comprobamos que los niños o jóvenes pobres o ricos, pasan mucho más tiempo en contacto con ellos que el tiempo que pasan en la escuela, esto se manifiesta en todos los niveles sociales porque hay padres de familia o adultos de escasos recursos económi-

cos que tienen la tutela de esos niños y jóvenes que consideran de mayor urgencia, pues su economía así lo exige, buscar la manera de que entren al hogar unos pesos más para cubrir sus necesidades básicas y las de su familia, que vigilar los gustos, intereses y diversiones de sus hijos. Y otros con una posición acomodada, les dan dinero a manos llenas sin preocuparse por lo que leen o lo que ven, o ellos mismos les proporcionan ese tipo de entretenimiento, ocasionando con ello que un gran núcleo de población sea asiduo consumidor de estos medios, trayéndoles graves perjuicios pues lejos de que nuestro país avance culturalmente y salga del atraso, seguimos en las mismas condiciones, aunque la escuela pretenda prepararlos para enfrentarse a su realidad, los medios masivos de comunicación hacen lo contrario, ofreciéndoles un mundo mágico, irreal e ideal. Además al darle información simultánea por medio de los anuncios, la música, las imágenes de la radiodifusión y la televisión van creando un determinado tipo de hombre, el que le conviene al Estado, ya que en nuestro país estos medios se emplean como instrumentos de opresión y alienación al servicio de la clase dominante, pues tanto en materia educativa como de comunicación la finalidad es la misma, perpetuar y afianzar el sistema capitalista. Mientras continuemos con ese sistema, será muy difícil que el país regate sus valores, costumbres y tradiciones, de ahí la necesidad de que los medios masivos sean utilizados con fines educativos, pues esa sería su principal función, educar y por último divertir.

Se ha criticado mucho a la escuela tradicional porque creaba alumnos pasivos, receptores de información, pero los medios masivos tal como se están utilizando por nuestra sociedad de consumo, afectan más todavía a nuestros alumnos, pues tal parece que lo que a ellos les interesa es que engrosen las filas de los consumidores.

De todos los Medios, la televisión es la que más afecta, pues no hemos aprendido a utilizarla y convierte al niño en agente estimulador del consumo, además lo aleja de las calles donde practicaba sus juegos infantiles, ya que no asiste a los parques recreativos, porque prefiere encerrarse a ver televisión, con una programación que no corresponde a sus intereses tanto artísticos como lúdicos, sino a los intereses de los mercaderes de la comunicación, que imponen un modelo de vida determinado, así como ciertos gustos culturales y sobre todo, lo hacen consumidor.

Observamos que en nuestro país en casi la mayoría de los hogares tienen un aparato televisor. Hay infinidad de familias de las colonias populares de las ciudades o en los suburbios de las grandes urbes o jacalitos de adobe y palma de las comunidades rurales, que no tendrán muebles, pero cuentan con su televisor.

En esta época en que abundan los materiales electrónicos los niños ya no tienen la inocencia de antaño, pues desde sus

primeros años se ven frente a las pantallas de la televisión, recibiendo la violencia y la confusión de los adultos. Cuando entra a la escuela primaria y se encuentra con métodos tradicionales que no se relacionan con lo que le presentan en la televisión, esto hace que sienta cierto rechazo hacia ella, - porque la escuela no puede competir con el lenguaje verboicónico de la televisión. A los siete años el niño es un adulto en miniatura, a su edad ha recibido ya una fuerte dosis de experiencias adultas a infinidad de imágenes del mundo a través de la televisión que lo hace vivir fuera de su época y de su realidad porque el televisor no sólo enajena su tiempo y su imaginación, sino que lo hace dependiente, creándole una conciencia de inferioridad.

Desde hace tiempo, los medios masivos de comunicación actúan e influyen en las personas como narcóticos, analgésicos o energizantes, esto quiere decir que según el tipo de mensaje que los medios envíen será el comportamiento del consumidor.

En resumen los daños causados por los medios masivos y - en especial la televisión que es el más nocivo para la sociedad son irreversibles. Crean adicción, alienación, dependencia, ensoñación, hipnosis, estimulan el ocio, la violencia física, moral y emocional, contrarrestan la solidaridad, desintegran a la familia, logran el consumismo individual y colectivo, provocan inferioridad a los televidentes, pues tienen -

los mismos efectos que las drogas ya que actúan como estimulantes y depresivos a la vez, es uniformizante porque impone modas fugaces y efímeras, cambia las costumbres, valores y tradiciones nacionales, adaptando otras que no corresponden a su idiosincracia, estimulan la sexualidad al presentarle programas y películas eróticas o con escenas eróticas, la televisión es una tirana, pues se convierte en dictadora de horarios. //

Para tener una visión del alcance de la televisión particular tenemos a Televisa, consorcio que ha crecido tan incontrolablemente que hasta los empresarios de la televisión norteamericana gestionan demandas en su contra, porque ha rebasado el límite de inversión y crecimiento que las leyes de aquel país señalan a las compañías extranjeras.

Esta empresa a pesar de ser mexicana no selecciona la programación que brinda a su público, sino que contribuye manipulando y controlando la programación que nos presentan. Nos ofrece un programa que se ha expandido enormemente, "Siempre en Domingo", ya que llega hasta los rincones más recónditos del país y de muchos otros países del mundo, pero con una nueva forma de dominación del Imperialismo Cultural, "siempre en lo mismo, y aún hay más".

En general, la televisión mexicana dedica poco tiempo a la programación infantil y si la hay, pasa en horarios inadecuados.

cuados por lo que casi no tiene público. Los canales 11 y 13 son los que tienen el mayor porcentaje de programas pedagógicos, mientras los canales comerciales tienen amplia cobertura para su propaganda, limitando el tiempo destinado a programas pedagógicos concretándose simplemente a pasar documentales, series y películas para niños sin ningún comentario adicional, como en los programas: Un mundo pequeñito, Cantinflas - cultural Show y La gran canica azul.

## 2. Dependencia cultural, tecnológica e importación de programas de televisión y películas

Ante la proximidad de nuestro país con U.S.A., podemos deducir el por qué estamos sufriendo el Neocolonialismo o Imperialismo Cultural de Estados Unidos de Norteamérica, no sólo ha invadido comercialmente nuestro mercado con sus productos, sino lo que es peor, ha ido infiltrando a pasos agigantados nuevas costumbres, tradiciones, modos de vida, etc. cambiando las nacionales, adoptando otras del estilo de vida norteamericano, sufriendo nuestros compatriotas un desarraigo total hacia lo nuestro. Ante esa pérdida de valores culturales es necesario que tanto el gobierno como toda la sociedad reflexionemos en que debemos rescatarlos y conservarlos librandonos de ese colonialismo.

En la actualidad las naciones de todos los continentes sienten que su soberanía y su autonomía se ve amenazada, sus-

destinos están más influenciados por extraños y hasta dentro de sus propias fronteras están perdiendo el control, porque los ciudadanos de los países subdesarrollados como el nuestro, dependen hasta cierto punto de los libros que leen, los programas de televisión y películas que ven, los artículos no noticiosos que leen, confían más en las escuelas o universidades extranjeras no porque consideren que la educación que se imparte y todo lo que allá se hace es de mejor calidad, teniendo incluso que aprender el inglés (lengua extranjera) que le permita obtener la información que les llega en ese idioma.

Como nuestro país está inmerso en un sistema de tipo capitalista fue y es presa fácil para los mercaderes de la comu nicación introducir sus productos mediante su publicidad. De pendemos cultural y tecnológicamente de U.S.A., pues sus aparatos han invadido prácticamente nuestro mercado y por ende nuestros hogares y nuestro trabajo, con el gastado cuento de que los aparatos electrodomésticos y herramientas facilitan el trabajo del hombre; sin que se de cuenta lo hacen dependiente.

También los programas de televisión y películas son im portadas, pues nuestro país está en decadencia en cuanto a ci ne se refiere, porque sus producciones cinematográficas no tienen ningún beneficio para el público. La mayoría de los programas televisivos son extranjeros y no aportan nada, por-

---

el contrario coadyuvan al bajo nivel cultural.

La literatura que presentan al niño los medios masivos de comunicación hace que estos vivan fuera de su realidad, orillándoles a depender culturalmente de otros países extranjeros, especialmente los países más pobres en donde los medios masivos norteamericanos tienen un impacto directo, porque es una supercultura en un superimperio que le reditúa superganancias a costa de la supermiseria de una gran parte de la humanidad. Un ejemplo de la expansión del capitalismo e imperialismo estadounidense, lo tenemos en el personaje de Edgar Rice Burroughs "Tarzán el hombre mito". Con esta penetración cultural introducida por los "medios", se impide la reproducción de las culturas nativas de los países subdesarrollados.

El surgimiento de innovaciones tecnológicas como las pantallas gigantes, el teletex, la televisión en relieve y el videocassette, originan en los países subdesarrollados una dependencia tecnológica y cultural.

Un progreso no controlado, actúa sobre la naturaleza y la sociedad en forma destructora cuando debería ser a la inversa ya que la ciencia y la técnica pueden volverse útiles o perjudiciales. El avance de la ciencia puede ser el final como en el caso de la guerra de las galaxias, la contaminación-

radioactiva nuclear y la contaminación en general que pueden en un momento dado acabar con la humanidad.

\\ En la televisión el niño absorbe pasivamente en la programación que se le presenta, la violencia que le llega por ese medio, haciendo de él un consumidor sin permitirle reflexionar sobre los contenidos que recibe. Las series de acción y las caricaturas se producen en Estados Unidos y Japón y sus productores cinematográficos y televisivos opinan que la agresión que generan sus programas es pura fantasía y no violencia, misma que se manifiesta en la conducta de los niños y jóvenes, porque es la principal causa de la agresividad juvenil.

Plaza Sésamo uno de los programas que pretendió ser pedagógico no tuvo los resultados esperados porque como copia de otro país no tiene las mismas características que el nuestro, ocasionó su exclusión de la programación, por lo que consideramos que la televisión difícilmente se podrá considerar como un sustituto de la escuela, pues ésta, no cumple su función de educadora. Los productores en este caso son los que imponen las modas, valores, música, etc. y son considerados los grandes magos modernos.

Los medios de comunicación no toman en cuenta las necesidades étnicas, sociales, culturales y de información de las mayorías, por el contrario E.E.U.U. influye directamente so-

bre los públicos latinoamericanos. A través de esos medios, mediante las películas cinematográficas y versiones en español de revistas y libros de historietas cómicas, programas de televisión, les presentan una imagen del mundo no acorde a su realidad, favoreciendo la dependencia económica, política, cultural y tecnológica por lo que los medios son los culpables de la pérdida de valores nacionales y que la gente adopte otra cultura que permita mantener la dominación económica y la hegemonía política sobre los demás (E.E.U.U. y América Latina).

### 3. El empobrecimiento de la cultura.

Los medios masivos y comics fomentan el empobrecimiento de la cultura nacional, en especial los comics que con sus contenidos de baja calidad, hacen que los conocimientos que el niño adquiere en la escuela se deformen a minimicen y en ocasiones nulifiquen. Ante el avasallante lenguaje verboicónico y pictográfico de los monitos, comics o tebeos. Porque el hombre y en especial el niño, es presa fácil del embrujo y atractivo de los signos icónicos y sonoros.

Las historietas de ficción que ven los niños traen un sinnfín de consecuencias, el mal hábito de estas lecturas automatiza a quien las lee, fomentándole cierta pereza mental, atrofiando sus facultades.

Entre los comics que más aceptación tienen están los de Walt Disney, ya que su lectura alimenta a las mentes destinadas a la alienación, sin imaginación ni reflexión. En esas revistas E.E.U.U. representado por Rico Mac Pato se mofa de los países subdesarrollados y de bajo nivel cultural.

Si la lectura de comics en los niños es mala, es más reprobable que los adultos las ponga a su alcance, porque éstos, desbordan su fantasía creyendo vivir en los niños su propia infancia, alejándolos de su realidad. Para estas publicaciones el niño es un adulto en miniatura puesto que los adultos reproducen su infancia en los juegos de sus hijos, y éstos envenenan la mente infantil puesto que son pura fantasía, el ensueño de la violencia, la evasión de lo cotidiano o de la realidad, convirtiéndolo en agresivo o libre cuando se identifica o apropia de los personajes o protagonistas.

El lenguaje que se utiliza es inadecuado, porque choca o contrasta con el que el niño emplea en la escuela, por lo que es necesario que los docentes y padres de familia coadyuven a contrarrestar la influencia que éstos medios tienen en los niños.

#### 4. Control y deformación del mensaje

Los medios masivos de comunicación actúan como emisores y portadores de propaganda que sirven como incentivo al consu

mismo y éstos, basados en los avances científicos y modernos— producen, seleccionan y emiten mensajes que difunden a un público heterogéneo.

El mensaje refleja la práctica social de la burguesía o— clase en el poder y no la del pueblo, ésta, ha impuesto su modo de organizar la transmisión de mensajes y a la vez, un concepto de comunicación acorde a sus intereses. El Estado tiene una triple función, es regulador y operador de algunos medios y emisor de mensajes que difunde a través del sistema nacional de la comunicación colectiva, de sus propios medios o— de los que están a cargo de los particulares. En algunas ocasiones especiales han cumplido una función social con fines — no utilitarios como en el caso de los desastres naturales, — aunque los periódicos están invadidos de noticias espectaculares para resultar más comerciales como en el caso de la prensa amarillista, esas imágenes le llegan al niño y al joven — por diferentes canales.

Las noticias están controladas por agencias en su mayoría de origen estadounidense, porque México solamente cuenta— con dos y una es propiedad del Estado. El 90% de las noticias internacionales son proporcionadas y controladas por la— AP, (Associated Press), UPI (United Press International), AFP (Agencia France Press) estas noticias le llegan al público de— formadas por convenir así a los intereses de la clase privilegiada, la clase dominante que se erige como única poseedora e

intérprete del conjunto de la sociedad. La UPI selecciona la información y las emite a los latinoamericanos de acuerdo a - criterios e intereses coincidentes con una estructura de domi- nación.

New York es el cuartel general de estos servicios noti- ciosos, la AP y la UPI son las únicas agencias noticiosas ge- nerales de norteamérica que operan en todo el mundo.

En México, el Estado suministra el papel y es dueño del periódico EL NACIONAL (órgano oficial del gobierno mexicano); opera una agencia de noticias denominada Notimex que surte a - un número de periódicos y estaciones de radio y televisión.

C. Causas y consecuencias de la influencia negativa de - los medios masivos de comunicación en la formación - del niño.

Como educadores, consideramos que la formación del niño - debe resultar de la interacción de diversas instancias socia- lizadoras como son: la escuela, la familia y hoy en día los - medios masivos de comunicación que tanta ingerencia tienen en la sociedad. Desde su aparición todos han tenido una gran in- fluencia que en su momento fue positiva. Sin embargo a medi- da que han ido evolucionando, han cambiado aceleradamente al- grado de que en la actualidad influyen negativamente y la te- levisión que es la última en aparecer tiene mayor penetración

porque es una síntesis de los que le anteceden y por consiguiente la que más daños ocasiona.

En la investigación se descubrió que la influencia que conllevan los medios masivos originan alteraciones tales como: aumento de violencia, desintegración familiar, deformación del lenguaje, cambio de valores morales y estéticos, etc. Por ello se considera que los daños ocasionados por esta problemática son de tipo orgánico, económico y social, todos a diferentes niveles pero en la mayoría de las veces las consecuencias son irreversibles.

Los comics y medios masivos están al servicio de la clase dominante por lo que se considera que existe una multitud de causas que en su conjunto fomentan y consolidan la reprobación y bajo rendimiento escolar, debido a que sus intereses no son los de las clases populares.

### 1. Ideología

Los comics y medios masivos deben ser un medio de integración social, un lazo de unión, solidaridad, que logren el desarrollo pleno del individuo y de la sociedad. Hoy en día éstos son todo lo contrario, lejos de actuar como agentes positivos de cambio, como instrumentos de promoción humana y como vehículos de educación, contribuyen más bien a mantener los intereses de la estructura de dominación interna y exter-

na.

Es por eso que el acto de comunicación cobra sentido sobre la base de una ideología que domina la visión del mundo, - de un hombre o un grupo social, sobre todo de una clase social. La ideología está en el centro de la super estructura - de cada formación social.

La clase dominante tiene uno de los instrumentos más eficaces en los medios de comunicación de masas, es la que posee materialmente e impone el sentido de los mensajes que emiten. A través de los medios, controlan a toda la sociedad y en los países mas pobres del mundo éstos adquieren mayor penetración, lo más grave es que ellos no se dan cuenta de que son víctimas de la explotación y por lo mismo difícilmente podrán liberarse del Neocolonialismo. Esto sucede porque el capitalismo siempre pretende preservar dos modelos: los ricos (poder) siempre ricos y los pobres siempre pobres.

Disney y sus personajes representan al núcleo minoritario que ostenta el poder, crean un modelo, ofreciéndolo como sano esparcimiento para todos los niños del mundo. En las historias de Disney jamás se podrá encontrar un trabajador o un proletario, esto se debe porque para la burguesía no son lo más importante, lo es su capital y su plusvalía. Mientras Donald obtiene todo sin realizar ningún esfuerzo, el proletario u obrero trabaja intensamente por una mínima remuneración econó-

mica. Donald es sentido como el representante auténtico del - trabajador; el niño sueña ser un trabajador tipo Donald.

Otra visión del capitalismo desarrollada en su plena expansión es Tarzán de los monos el hombre primitivo creado a - la imagen del popular de una época, de una sociedad y de un - hombre. Así como ellos también la multiplicidad aparentemente caótica de revistas que cuelgan en cualquier Kiosco, magazines femeninos, prensa pseudamorosa, comics, revistas deportivas - etc. ponen de manifiesto la mayor expresión de la coersión del poder ideológico dominante.

De hecho todo lo que existe en la sociedad es preseleccio-  
nado e impuesto por la clase que ostenta el poder. Sin embar-  
go en la investigación encontramos que Walt Disney fue poscri-  
to en Chile. Los expertos en concientización señalan que los-  
niños no pueden pensar, ni sentir, ni amar, ni sufrir a través  
de los animales, eso nos hizo reflexionar y darnos cuenta que-  
no todo lo que se nos presenta puede ser bueno. Y el hecho de  
comparar a los niños con los animales es una fantasía. Por -  
ello como educadores conscientes de esa problemática debemos -  
poner al alcance de los niños obras literarias que aumenten su  
acervocultural.

## 2. Alienación.

Es un efecto que surge del acto de embeleazar a las perso-

nas de un pueblo, una ciudad o una nación, quitándole el uso - de la razón, logrando que se alinien en base a un modelo preeg tablecido creándoles dependencia

La prepotencia del Imperialismo Norteamericano ha logrado que en nuestra sociedad capitalista todo el mundo esté enajenado, cada grupo vive su alienación de una manera particular, la única característica que nos hace común a la mayoría es la falta de conciencia respecto a la alienación que cada uno preserva.

Este fenómeno es fundamental en la estructura de nuestro sistema, así como los mitos populares de los que el hombre mono es uno de los más representativos. Tarzán es una fantasía compartida por muchos solitarios, el objetivo de este comics es divertir y hacer olvidar momentáneamente los problemas de la existencia real. La meta es la evasión, la perpetuación del estado de alienación, el público pasivo ve en la cultura y en el arte, medios de relajación y de descanso, jamás medios de concientización o de transformación humana. La sociedad enajenada y manipulada es la consecuencia de aceptar algo mediocre y considerarlo como genial como lo son las creaciones de Burroughs y Disney entre otras.

En el caso de Edgar Rice Burroughs, él también estuvo enajenado porque su fantasía ni siquiera fue íntegramente suya, sino la expresión a través de él como un medio de la ideología

occidental contemporánea.

Se admite que la clase social de Disney ha moldeado el mundo de cierta manera bien determinada y funcionante. El capitalismo en ese caso ha establecido valores, generalizando a todo el mundo. La creación de Disney se ha difundido porque el pato Donald ha sido embajador en todo el mundo.

La enajenación particular de cada país, hace que sus habitantes no alcancen a percibir que el uso que hace Disney de los animales es para atrapar a los niños y no para liberarlos. Además el lenguaje de este tipo de historietas infantiles como el de muchas otras es una forma de manipulación.

También no hay que olvidar que el niño se identifica con sus semejantes dentro de la revista. Lo hace de acuerdo a su posición social y así participa en su propia colonización (enajenación). Los niños frágiles que encuentran dificultades para distinguir la realidad de la fantasía son los más expuestos ya que en ellos se produce de una manera inmediata el proceso de identificación con el personaje. Esto sucede también con los teledictos.

Todo lo anterior es una consecuencia de la aceptación dócil y subliminal de los medios que se han convertido en cárceles sin muros y el peligro es que cuando el niño es atrapado el adulto pretende que éste nunca se libere, lo hace sin darse-

cuenta del daño tan grave que le ocasiona.

✓ El niño que nunca veía el televisor gozaba de una autonomía que el aparato arrebató hoy a sus descendientes. De hecho el televisor no es sino un instrumento más del proceso de enajenación de la infancia que el capitalismo desarrolla. ✓

Esta pérdida de la autonomía del niño, adquiere su máximo exponente en la continua recepción de mensajes estéticos culturales de los cuales no sólo es receptor pasivo sino a menudo - también inconsciente y desde luego involuntario.

Estas son algunas consecuencias que prevalecen en países capitalistas como el nuestro donde todo el mundo está enajenado.

### 3. Publicidad

En la investigación encontramos que la propaganda es vieja como la humanidad y es considerada como uno de los mitos - venerables, es aplicada en la sociedad como la publicidad, sólo que ésta surge con la Revolución Industrial y viene a representar un aspecto moderno de la mitología. La propaganda pertenece al dominio de las ideas, de la coerción efectiva y la - publicidad al de los productos comercializados, a la coerción - por los hechos, quedando determinada esta última como una for-

ma capitalista de explotación de los consumidores. Nuestra — cultura se caracteriza porque es una gigantesca sustitución,— una transferencia masiva de consumir, de devorar y de poseer.

Son los mercaderes de la comunicación quienes a través de los medios masivos manejan la publicidad con la que engañan a toda la gente. Conscientes o no, los psicólogos están al servicio de la alienación y hacen de la psicología un instrumento de poder.

Los publicistas nos muestran el mundo a través de una red o máscara de su producto, mientras se adueñan juguetonamente — de nuestro crédito y dinero, su mundo es una farsa gigantesca, tanto como el mundo de la moda, del arte, de la política o de los espectáculos.

La publicidad es el arte de vender y de vender a costa de lo que sea, porque su papel es crear fuertes categorías de subvalores y de necesidades en la estructura social o identificar los con su producto.

La publicidad no procura convencer porque su objetivo es — modificar al individuo de manera que sus temas, sus ideas y — sus insinuaciones aparezcan como productos naturales de la vida misma. Crea también pseudopersonalidades, máscaras simbólicas que el hombre contemporáneo adopta, constituidas por productos como: tal automóvil, tal jabón, tal tipo de vestimenta,

tal alimento etc. y que aportan a ese hombre el reflejo de su propia imagen como desearía que fuese.

La imagen publicitaria pretende suministrar placer ante todo, por eso los discursos publicitarios gozan del gran éxito.

Los carteles y la prensa de gran tirada, luego el cine, - la radio y la televisión, permitieron que los empresarios vieran a conocer sus productos prácticamente en todas las regiones del país y posteriormente a todos los países del mundo.

El objetivo de las mercancías y la competencia es según - la famosa consigna, lograr el bienestar común. Con ello se - crea en la gente una necesidad de consumo constante que consideran necesario aunque el producto no les sea de gran utilidad.

Hoy en día la publicidad lo que vende no es lo que usted ve conscientemente sino lo que estimula su inconsciente, lo - que ha favorecido el desarrollo de un negocio de miles de millones de dólares anuales.

Los mercaderes organizan el consumo prometiendo a la gente en cada producto la eterna felicidad. Dentro de su material el que producen con mayor cuidado, son los comerciales ya que un anuncio debe atraer la atención, suscitar el interés, - despertar el deseo, provocar adquisición. Se ha descubierto -

que gastan más dinero, tiempo, habilidad y talento en los comerciales de la televisión que en el contenido de cualquier programa normal. Técnicamente los anuncios son obra maestra de la manipulación persuasiva, si éstos los sitúan en el programa adecuado venden miles de millones de dólares de mercancías cada año. El costo promedio de un comercial de un minuto es de cerca de 50,000.00 dólares y puede llegar a 200,000.00.

Los spots televisivos tratan de crear dogmas en el telespectador; con sus cuestiones fantásticas e irreales lo envuelven completamente al grado de lograr no despertar dudas.

Por otra parte la terminología de los eslogans es llamativa e influye también decisivamente en el impacto de la imagen.

La publicidad es tan prepotente que se ha calculado que hoy el norteamericano recibe por lo menos 1600 mensaje publicitarios al día, el inglés algo más de 300 y el francés casi 170. Al igual que ellos todos los individuos del mundo reciben grandes cantidades de información por diferentes conductos.

Hoy en día esta causa ha logrado su máximo exponente, nos guste o no cada uno de nosotros es afectado fuertemente por la publicidad y los medios masivos que la apoyan; de sus redes no puede escapar nadie porque de una u otra forma somos atacados-

por la publicidad. Por ejemplo, si en la coca-cola bebemos la chispa de la vida, en la mayoría de los comics absorbemos la ideología burguesa.

Edgar Rice Burroughs sin ser publicista logró un negocio-redondo al fundar la industria de Tarzán. El cuál es popular-porque de alguna manera él le hizo publicidad. Con su existencia son reforzados los valores del imperio norteamericano.

Al igual que Tarzán la popularidad del Ratón Mickey en más de un país ha superado el héroe nacional en turno.

Los publicistas no miden las consecuencias que ocasionan-al relacionar el sexo con la violencia en las buenas y malas -noticias. Ellos empapan sus productos en sexo mediante la erogenización de cada contorno de botella o cigarrillo. Esta acción ha logrado que muchos consumidores reaccionen como Erin -Shelton de Overland Kansas quien tomó cuarenta tabletas de vitaminas "Pals" después de ver un anuncio televisivo con la intención de hacerse alto y fuerte muy aprisa, estuvo al borde -de la muerte pero afortunadamente se recuperó favorablemente. Al igual que este caso existen muchos otros provocados por la-publicidad de determinados productos como también el que sucede con las personas con exceso de peso que son engañadas, diciéndoles que mediante un tratamiento de (anfetaminas) mejorarán su apariencia física, pero en lugar de beneficiarles les o

casiona graves trastornos de salud y en ocasiones la muerte. Este efecto causa depresión, anemias agudas, falta de sueño, úlceras, leucemia. etc.

Por todo lo anterior estamos conscientes de que la publicidad domina al mundo y que si ésta se suspendiera se produciría un verdadero caos. Debemos aprender a vivir con toda la información que nos ofrecen los mercaderes de la comunicación.

#### 4. Consumismo

Los medios de comunicación de masas han convertido a la cultura en mercado de consumo, los publicistas lo organizan para explotar al hombre, su meta principal es buscar la satisfacción la cual se logra a través de la saturación que no hace más que rellenar el vacío de la insatisfacción, por cada deseo satisfecho, se crea otro nuevo por satisfacer, por eso el consumidor compra y compra y vuelve a comprar aunque no necesite el producto o no le sea de utilidad. De esta manera se enriquecen los mercaderes de la comunicación.

La televisión es el producto tecnológico que mayor influencia tiene en el hombre, los mercaderes la utilizan en gran parte para lograr su explotación. Aunque sea la televisión la que más daños le ocasione al hombre le tiene preferencia sobre el resto de los aparatos tecnológicos contemporáneos como son autos, radios, estereos entre otros.

A través del anuncio-juego la publicidad reafirma el consumismo y al mismo tiempo el niño va necesitando cada vez más consumir para jugar. Hoy en día el niño prefiere manipular juguetes tecnificados y arrinconar los pasatiempos gratuitos y - las diversiones en que utiliza la imaginación como materia prima básica y primordial o excesiva.

Otro género de argumento de ventas es la que une un regalo al consumo del producto; un ejemplo es el regalo de un vaso por 40 fichas de Pepsi-cola o uno por 20 de Coca-cola. Como - este acto se llevó a cabo a nivel nacional hubo competencia en las empresas. Cada una hizo su publicidad aunque las dos mane- jaron que después de adquirir la colección obtendrían otros re- galos más, lo que incitó a la gente a consumir más y más estos productos aunque el material de los regalos fuera de muy baja- calidad. Las ventas aumentaron considerablemente en ambos, pe- ro más en la Pepsi-cola. Algo similar ocurre con las sabritas aunque el producto no es recomendable, éstos adquieren gran - consumo por la inquietud de llenar los álbumes que manejan pa- ra la obtención de ventas.

Existe tanta publicidad en los productos que nadie escapa de consumirlos aunque en ocasiones cause daños orgánicos como- en el caso del bimbo que los productos caducos devueltos por - los comercios de las ciudades son llevados a vender en calidad de ofertas (paquetes) a comunidades rurales, ocasionando con - ello graves problemas de salud como son envenenamientos, in---

toxicaciones y otros. Esto se debe a que el organismo rechaza esas bacterias.

Al igual que los mencionados existen muchos otros casos - que son consecuencias de la influencia de la publicidad.

Por otro lado las historietas como los demás medios juegan con el principio del sensacionalismo, es decir de ocultación por lo nuevo.

El inmortal Disney es el patrimonio internacional de todos los niños, Disney en su reino de fantasía donde todo es de color de rosa ha llevado a la culminación el ensueño del capitalismo ya que en su mundo cada palabra es publicidad de una cosa o de un personaje, ahí se vive el consumo intenso.

La fantasía de Disney difícilmente puede ir en contra del consumismo y se admite que disneylandización es una dineralización porque todos los objetos y acciones se transforman en oro. Con su creación, Disney ha logrado un negocio efectivo y eterno.

El consumismo es una consecuencia de las acciones que realizan los mercaderes de la comunicación. El sistema capitalista en que vivimos deshumaniza al hombre para favorecer su explotación, alienación y dependencia.

## 5. Seducción subliminal

Es la forma de explotar al consumidor dirigiendo los mensajes al inconsciente, usando técnicas refinadas y especiales, asegurando así las ventas y ganancias de los mercaderes. La seducción subliminal son las técnicas que utilizan los mercaderes de la comunicación y por su conducto soban sutilmente a millones de seres humanos sin que éstos sean conscientes de la manipulación de que están siendo objeto, por que éstas, atacan directamente al inconsciente provocando un determinado comportamiento, una manera de pensar y actuar.

Este tema es casi desconocido para la mayoría de la gente, menos para los publicistas, gobernantes y mercaderes de la comunicación porque al utilizar los estímulos subliminales como instrumento incitan al público a comprar.

El lenguaje que utilizan se basa en la capacidad humana de recibir subconscientemente o inconscientemente la información subliminal, de ahí que este tipo de lenguaje sea la base de las ganancias de los medios masivos de comunicación.

Entre los mercaderes se ha difundido el uso de técnicas subliminales en los medios masivos de comunicación porque atraen en los sentidos de quien las recibe durante muchas horas, manejando, controlando y manipulando su comportamiento en favor de su economía.

Esta clase de estímulos, influye grandemente en el comportamiento relacionado con la producción de sueños, fantasías sexuales leídas de modo consciente donde el individuo desborda su imaginación haciendo realidad sus fantasías aunque sea momentáneamente o en ocasiones las respuestas son medidas, porque la actividad cerebral continúa aunque la persona esté inconsciente, dormida o en estado de coma, puesto que la asociación consciente puede provocar que una percepción permanezca enterrada en el inconsciente durante un tiempo, que puede ser semana, meses o años.

Hace 22 años los diarios "El New Day" y el New Yorker", criticaron a los estímulos subliminales como la inversión más alarmante desde la invención de la bomba atómica porque así como se violan las cosas pueden ser violadas las mentes.

Entre los aparatos que se usan para la seducción subliminal se cuenta con el taquistoscopio creado en 1957 por James Vicary, inicialmente se usó para emitir mensajes superpuestos sobre películas en el cine o en la televisión y que son aceptados por el subconsciente.

Legislativamente no hay ninguna ley que proteja al público contra esas técnicas. La única que se introdujo en 1958 fue en Estados Unidos donde se prohibía legalmente el uso de técnicas subliminales en los medios masivos de comunicación pe

ro nunca tuvo vigencia.

A lo largo de nuestra vida utilizamos sólo una pequeña -- parte de la información subliminal que almacena el cerebro, -- calculada en 20,000 millones de unidades que ejercen un embrujo hipnótico.

El *The Saturday Review*, opinaba que la mente subconsciente es la parte más delicada del instrumento más frágil de todo el universo y que no debería ensuciarse, mancillarse o deformarse para aumentar las ventas de algún producto, porque los - anuncios permanecen en el inconsciente sin que el individuo se de cuenta hasta que llega el momento de decidirse a comprar. Los mensajes a alta velocidad no son aceptados por el consciente, sino por el inconsciente del observador.

Tiziano, Rembrandt, Picasso y otros pintores famosos desg cubrieron por accidente que las palabras imbuídas producían un efecto extraño en los patrones artísticos.

Los mensajes subliminales utilizan en mayor cantidad el - uso de zonas erógenas, en la publicidad de juguetes para niños, relacionándolos con las manos, boca ojos y otras partes del -- cuerpo. Estos centran su atención en el morbo, haciendo que - las ventas aumenten considerablemente. Para contrarrestar su efecto el hombre debe aprender a vivir con las influencias subliminales.

Existen personas que no responden de la misma manera ante los estímulos subliminales, porque ofrecen cierta resistencia o rechazo hacia algún producto determinado. Y otros que son más susceptibles de asimilarlos, convirtiéndolos en compradores insaciables, porque los mensajes subliminales despiertan su líbido, sus apetitos sexuales, creyendo erróneamente que con esos productos lograrán aumentar su virilidad o su actividad sexual.

#### D. Alternativas de Solución para Contrarrestar la Influencia Negativa de los Comics y Medios de Comunicación.

Los resultados de la investigación nos reportan que existe una influencia negativa de los medios masivos de comunicación, sus efectos y consecuencias son inimaginables y hasta increíbles, se proponen diversas alternativas para contrarrestar este fenómeno a los más variados niveles y sectores como: Estado Mexicano, a las Autoridades Educativas y Elaboradores de Planes y Programas de Estudio, a los Intelectuales del país, a todos los Maestros, y a los Padres de Familia.

##### 1. Al Estado Mexicano

Es el gobierno mexicano el órgano de mayor responsabilidad de todo lo que acontece en el país, su competencia es política, económica, ideológica, educativa etc.; los gobernantes -

son las personas obligadas a defender la autonomía nacional, - los valores morales y estéticos, a todos ellos se les informa- que los medios de comunicación masiva y principalmente la tele- visión crea desolidaridad social, los programas televisivos - de violencia y crimen lo estimulan y desarrollan en 200R y -- 300% crean adicción, producen consumismo, usan a los niños co- mo agentes de venta. Por medio de la publicidad, los mercade- res de la comunicación se hacen cada día más ricos, los publi- cistas pretenden vender a costa de todo y anuncian en sus pro- ductos cualidades fantásticas que realmente no tienen, con el- consumo de programas extranjeros se pierden los valores nacio- nales, etc.; por todo lo anterior, se propone al Estado Mexica- no que realice un estudio minucioso para corroborar y ampliar- la información y datos que se presentan, hacer una legislación de los medios congruentes con los tiempos actuales y con el - avance de los mismos medios y de las innovaciones tecnológi- cas; no permitir que la publicidad sea tan falaz y exagerada;- que los anuncios comerciales no utilicen técnicas sublimina- les, proponemos que los programadores y productores resalten - los valores regionales, estatales y nacionales. Ha causado en los investigadores una gran expectativa las declaraciones del- nuevo gobierno de México; en donde señala que los medios masi- vos de comunicación serán puestos al servicio de la sociedad,- que se harán reformas sustantivas para que los medios cumplan- una verdadera labor social, se estará pendiente de las accio- nes y de los resultados.

Es necesario además, que la Prensa en general se dedique a informar aspectos importantes de la vida nacional e internacional y no como lo hace en la actualidad que resalta con letras grandes los asesinatos, los robos, violaciones, presentando como información de primera necesidad notas amarillistas - que sólo causan zozobra, desconcierto y pánico en la sociedad. En muchos casos las personas al ver tanta agresividad, se acostumbran a ella, se les hace algo común y es hasta fácil delinquir o en su caso, por esa vía se enteran de la forma que se ha quitado la vida una persona que tenía problemas similares y decide con la ayuda de notas sensacionalistas quitarse también la vida. En España durante la dictadura Franquista, se recomienda a los directores de periódicos que se abstubieran de publicar noticias sobre suicidios, se evitó así el comprobado aumento de estos hechos cada vez que se daba publicidad a un caso similar en la prensa, lo anterior nos da una buena idea para sugerir al gobierno mexicano que haga algo similar y que lo mismo suceda con los noticieros radiales y televisivos que le dan más importancia a esos tipos de sucesos señalados, antes que a los relacionados con acontecimientos científicos, educativos, etc. es necesario que la televisión muestre las cosas - tal y como suceden en la realidad, que no las deforme a conveniencia de intereses particulares, los medios deben estar al servicio de todos y no de unos cuantos.

Proponemos al Estado que busque los mecanismos para el-

borar programas de televisión utilizando la producción de intelectuales mexicanos que resalten los valores autóctonos y nacionales. Los programas importados introducen una ideología enajenante, mercantilista, consumista y capitalista; es urgente rescatar esos valores que tanta falta hacen.

## 2. A las Autoridades Educativas y Elaboradores de Planes y Programas de Estudio.

A las autoridades educativas y a programadores les informamos que los medios de comunicación masiva presentan mayor información docente, con mucha frecuencia hacen ver mal y ponen en tela de juicio lo que la escuela y el maestro les dice a los alumnos. Muchos de los contenidos de los programas ya no están actualizados y dejan de tener veracidad, en un mundo actual con un predominio total y angustioso de los medios masivos, la escuela informadora ha entrado en una aguda crisis. Si se considera a la escuela como factor de socialización, no cabe la menor duda que la televisión se ha convertido en su más importante oponente nunca antes hasta su aparición ningún medio de comunicación había adquirido una audiencia tan amplia y determinante en el mundo de la infancia.

El imperialismo cultural implícito en los programas importados, sólo conducen al empobrecimiento, al consumismo, a la alienación y a la dependencia de los pueblos; en el trabajo escolar cotidiano aún persiste el verbalismo autoritario, agr

vando el problema aún más de lo que ya es, limitándose así, - más la comunicación entre el alumno y el maestro; la comunicación es un problema humano; es en síntesis un diálogo, y es un hecho real que casi no existe comunicación en el aula escolar, los docentes desconocemos casi por completo los procedimientos y funcionamiento usado por los medios de comunicación y cuando se pretende utilizarlos con fines didácticos no lo hacemos adecuadamente, además la televisión ha ocasionado la desaparición de juegos infantiles tradicionales creativos sustituyéndolos - por programas infantiles de teleadicción como Chespirito, Gi--gio, Chabelo etc.

Es entre las siete y las nueve de la noche cuando se presentan los programas más cotizados, es este horario el que -- cuenta con mayor número de televidentes, especialmente niños, - en cambio los pocos programas dedicados a la cultura y a la - educación que existen en la televisión mexicana son proyecta-- dos en horarios inapropiados, es decir mientras las personas - trabajan y los niños van al Jardín o a la Escuela Primaria.

Además el sólo hecho de observar la televisión, crea pasividad, negatividad, indiferencia, aislamiento y hermetismo.

Como alternativas de solución sería conveniente que las - autoridades educativas y los elaboradores de planes y progra--mas tomaran conciencia de la problemática planteada, es necesario readecuar los programas, de ser posible que fueran elabora

dos por los propios docentes y alumnos, de no ser así, por lo menos incluir en sus contenidos los trabajos de autores nacionales y las creaciones de los propios niños y amplia información de los medios masivos para conocerlos a la perfección, tomando de ellos lo bueno. Sólo conociéndolos completamente se podrá escapar de su embrujo, sería bueno que elaboraran programas infantiles de televisión con fines educativos y que se proyectaran en horarios de mayor audiencia, tales programas podrían experimentalmente ser elaborados por docentes y niños, o por lo menos solicitar al Estado que los pocos programas ya existentes se proyecten en mejores horarios. También sería conveniente y una buena alternativa para contrarrestar los efectos negativos de los medios masivos, establecer cursos especiales y de capacitación docente a todos los niveles, para conocer con plenitud los medios y usarlos de manera eficiente, adecuar su información estando con ellos y no en su contra. Solicitar también a docentes que se establezca una verdadera comunicación en las aulas escolares, que se olviden del verbalismo unilateral ya pasado de moda y anticuado, que se de la palabra a los niños para que se expresen libremente, que dialoguen entre ellos y así por medio de la comunicación, resolver todas las dudas y cuestionamientos que se plantean pero que muy pocos se atreven a escuchar. Es necesario desterrar el tradicionalismo de todas las escuelas del país.

### 3. A los Intelectuales.

Así Como los campesinos cultivan la tierra, y nos entregan los alimentos; así como los artesanos y obreros nos visten y proporcionan los enseres y herramientas que necesitamos para trabajar, descansar etc; así también los intelectuales deben darnos sus obras, sus creaciones para divertirnos y formarnos, con sus dramas, novelas, ensayos, poesías, libros etc.; los intelectuales son los creadores de una ideología nacional, son ellos los que elevan a los más altos niveles los valores culturales; en la actualidad se han intimidado por la avasalladora influencia de los medios de comunicación masiva, algunos se han entregado y vendido a los mismos medios, ofreciendo sus productos como si fueran galletitas o chucherías, otros se han dedicado a criticar a los medios desde todos los ámbitos posibles, algo han logrado en su penosa lucha, en este caso ante el poder de una empresa con tanta influencia como lo es todo Televisa. Numerosos psicólogos, antropólogos, filósofos, etc, trabajan para los medios y agencias de publicidad, cuando debieran estar buscando satisfacer las necesidades de las clases mayoritarias.

En México se realizó la versión para latinoamericanos de "Plaza Sésamo", se emitió prácticamente en todos los países de centro y Sudamérica. Por razones ideológicas y con el amplio rechazo de los intelectuales en 1972 en Perú y un año después Venezuela, rechazaron la exhibición de ese programa. En Méxi-

co hubo protestas pero no prosperaron como en el caso señalado.

Para contrarrestar la influencia de los medios masivos se convoca a los intelectuales a producir obras que resalten los valores nacionales, que se dediquen a elaborar y producir contenidos y programas culturales dedicados a la infancia y a la familia, que participen en la elaboración de planes y programas de preescolar y primaria. Si la penetración ideológica y cultural nos llega con la lectura de Comics, que los intelectuales produzcan obras de lectura reflexiva y creativa que nos ayuden a liberarnos. Se solicita además a los intelectuales, por ser ellos los que cuentan con mayores elementos, por ser los más capacitados y por conocer los peligros que constituye la influencia negativa de los medios masivos de comunicación, establezcan una comunicación y busquen a las masas populares para expresarles los riesgos y efectos del mal uso de los medios masivos de comunicación.

#### 4. A Docentes

A nuestros compañeros educadores les presentamos los resultados de la investigación con satisfacción y con respeto, pretendiendo encontrar comprensión y apoyo decisivo en la búsqueda de formas para contrarrestar la influencia negativa de los medios masivo. A nuestras compañeras de preescolar, de primaria y al magisterio en general, les comunicamos que los

medios están cambiando completamente a toda la sociedad, los medios tienen mayor autoridad que los propios padres pueden tener sobre sus hijos, la televisión y los medios en general han superado la información que se da en las aulas, los medios causan la desintegración familiar, producen adicción le quitan la autonomía a los niños, producen gentes pasivas y receptoras; los medios regulan y marcan las pautas a seguir en todos los aspectos. La escuela se ha quedado al margen de la información simultánea e instantánea de los modernos medios, mientras estas escuelas operan con lineamientos y normas que han caducado los programas escolares casi al implantarse son superados por la información de los medios; la comunicación en las escuelas no es suficiente.

En la actualidad en las ciudades y en el campo, la mayor parte de la enseñanza tiene lugar fuera de la escuela, la cantidad de información comunicada por la prensa, las revistas - las películas, la televisión y la radio exceden en gran medida la cantidad de información comunicada por la enseñanza escolar, esta sobreposición de los medios ante programas y contenidos escolares está poniendo en una verdadera crisis el papel de la escuela mexicana, el desconcierto y confusión existe; nuestros alumnos plantean infinidad de interrogantes para los cuales no tenemos respuestas y cuando intentamos contestar, muchos de los argumentos no satisfacen sus dudas. Tal como se desarrolla el trabajo educativo contemporáneo, se convierte en aburrido y monótono para los alumnos, con frecuencia pierden -

el interés por las actividades escolares, por consiguiente los resultados son desalentadores; muchachos que ya no quieren ir a estudiar, alumnos con amplias posibilidades de un eminente fracaso escolar y todo a consecuencia de los medios, su influencia y la impotencia escolar que su actitud estática y en muchos casos tradicionalista no ofrecen alternativas y procesos de comunicación a los alumnos, y lo que es más grave, un acontecimiento común; ni entre los mismos educadores existe una buena interrelación, ni entre profesores y sociedad no se observa una comunicación, un enlace, una magnífica comunicación, casi no se da el diálogo maestro-padre de familia.

El niño tiene necesidad de adquirir técnicas esenciales de comunicación, desarrollar su lectura y escritura, expresarse con naturalidad y en forma clara y sencilla, el abuso de la televisión no favorece su evolución verbal, solamente produce una receptividad pasiva.

Hemos de confesar que el autoritarismo y dogmatismo del maestro son los enemigos natos de la participación del estudiante, al alumno casi siempre le está vedado tomar decisiones o iniciativas, se piensa que los mejores alumnos son los más sometidos pero no es así, compañeros de profesión olvidemos ya, que el maestro es el sabelotodo, participemos conjuntamente con nuestros alumnos en investigaciones, aprendamos junto a ellos, compartamos la responsabilidad, en los tiempos modernos ya no puede decirse ni aferrarse a la idea de que el profesor-

es el que tiene todo el conocimiento y que se le va a transmitir a los alumnos como si éstos fueran un recipiente en el que se deposite arbitrariamente el montón de conocimientos, esto ya no es funcional, ha caducado este concepto, ahora la educación es un verdadero proceso de comunicación, de diálogo, de expresión, de hablar, de opinar, de analizar, de reflexionar profunda y constantemente.

En su función cultural, el maestro debe de consolidar recuperar y desarrollar, lo más rico y valioso de nuestro acervo cultural, para esto requiere adoptar una actitud crítica en todo tipo de mensaje que contribuya a la formación de valores auténticos y al desarrollo intelectual del niño, frente a la influencia de la cultura infantil de tipo transnacional, tenemos una rica cultura nacional que se requiere rescatar, valorar, enseñar y preservar; cultura que al respetar la personalidad del niño propicie su desarrollo intelectual.

La escuela es un paréntesis mortificante en la vida diaria del alumno, se somete porque no le queda otro camino, está presionado por la estructura social, si se rebela es castigado por el maestro y llevado a juicio sumario, a la Dirección o inclusive corre el riesgo de ser expulsado de la escuela, o puede ser reprobado y, los padres y la sociedad exigen boletas aprobatorias, piden estudios superiores para aspirar a un empleo, para ocupar un estatus social y como ven por eso los alumnos mejor se alinean a caprichos de educadores policías, -

de educadores jueces que debieron mejor emplearse dentro de la milicia o en cárceles municipales y estatales. Compañeros, - les sugerimos como alternativa para superar la influencia negativa de Comics y medios para vencer la inercia escolar, dar libertad a nuestros alumnos, confiar en ellos, compartir responsabilidades y satisfacciones, trabajar juntos y así hasta nuestro trabajo será más útil y placentero, permitamos al niño que juegue a su manera, operando así, afirma en personalidad, conquista su autonomía y esquemas prácticos que le serán imprescindibles para su vida adulta. Preparémoslos para la vida.

Hoy en día, ya no se puede pensar en una escuela encerrada entre cuatro paredes, completamente desvinculada al proceso de la comunicación y cerrada a los acontecimientos del mundo, - abramos sus puertas, brinquemos sus bardas y veamos todo lo - que hay más allá del ámbito escolar, que es todo, es necesario relacionar los contenidos escolares con la vida diaria, si tenemos contenidos que hablen de la germinación, acudan al campo donde se siembra, si se pide efectuar cálculos y mediciones vayan al terreno práctico, que los niños de preescolar y primaria midan, cuenten y pasen objetos reales, cosas objetivas y - no figuras abstractas inexistentes, y después vuelvan al salón para dentro de los procesos de comunicación resumir todo lo - que se ha visto y realizado fuera de él y no como acontece que desde el aula escolar se imagina lo que existe fuera.

Es fundamental que como educadores demos capacidad al -

"hombre nuevo" para que salga de su mutismo. La educación ha de proporcionar técnicas de aprendizaje, autoexpresión y participación. Esto será sin duda un paso seguro que obligará a la sociedad a modificar los medios de información en medios de comunicación. Recuerden que la televisión contribuye a conformar mentes receptoras, carentes de reflexión y análisis, alejando al niño del ejercicio activo, del juego, del deporte, del estudio, la clave está en convertir a cada niño, de receptor pasivo y enajenado de mensajes, en emisor entusiasta y creativo, la creatividad libre, seamos creativos entonces. El niño necesita aprender por sí mismo y necesita descubrir el mundo a partir de la interacción mutua, la televisión hoy sólo le promete el papel pasivo de receptor de mensajes que no admiten respuesta.

En definitiva, las imágenes de los medios masivos están creando futuras generaciones de no lectores, no sólo haciendo disminuir el interés de los jóvenes por la lectura de libros, sino incluso obstaculizando su propia capacidad de expresarse tanto de manera verbal como por medio de la escritura. Es totalmente falso el valor educativo y estético de las historias utilizadas y explotadas por los comics, que se presentan como un viaje por el tiempo y la geografía supuestamente ayudando al pequeño lector al acontecimiento de la historia humana, un programa característico de este tipo es la serie "Cantinflas Cultural Show" no hay ninguna duda que todo pequeño de

sarrolla ampliamente sus facultades intelectuales cuando se le ofrece la posibilidad de manipular, tocar, hacer, construir, - en lugar de contemplar en una postura pasiva. El niño de la - generación del televisor se ve obligado a renunciar a su labor de investigación, la ausencia de juego, de movimiento implica también ausencia de actividad física y esto es irracional desde cualquier punto de vista sobre el desarrollo físico y mental infantil.

Una alternativa para contrarrestar los efectos de los medios masivos de comunicación es incluir nuevamente en el trabajo docente las viejas canciones, rondas y juegos infantiles - que si poseen valores, en vez de lo que da tristeza observar - en las fiestas de clausura de fin de cursos; ver como las danzas y bailes regionales han sido sustituidos por modelos impuestos por la televisión.

Mientras en muchos países de Europa funcionan canales de televisión escolares, en nuestras escuelas no existe ni siquiera una hora a la semana dedicada a que los maestros pueden saber cuál es el impacto que la televisión causa en sus alumnos - y que programas cuentan con mayor audiencia y cuáles son las razones de las preferencias, es importante también que padres de familia y maestros traten todo lo de la sexualidad del niño para que estos la vean como algo normal y natural, evitándoles distorsiones callejeras y desinformación.

### 5. A Padres de Familia.

A los padres de familia, ponemos a su consideración los resultados de la investigación, con el firme propósito de dar a conocer los peligros y riesgos a que están expuestos sus hijos al consumir programas, ver caricaturas, escuchar y observar noticias, leer la prensa local y nacional. Serán los responsables de todo lo que piensen hacer y decir, nos concretamos con absoluto respeto a comunicarles sobre la influencia negativa de los medios; con lo que se les informa decidirán si continúan exponiendo a sus hijos, o los liberan.

Sin que se den cuenta, la televisión les impone horarios para comer, cenar, ir al baño, hablar, dormirse, tener vida sexual etc: Ejemplo (si una madre está observando su telenovela favorita, no permite que su hijo la interrumpa, hasta que esta termine), es posible que nos tachen de exagerados pero así es efectivamente, la televisión ha modificado completamente las normas y costumbres de nuestra sociedad moderna, basta con recordar las reuniones familiares con nuestros abuelos, las historias que contaban de como eran las cosas cuando eran niños etc.; todo lo anterior ha sido sustituido por la televisión, ahora escasamente platicamos entre los comerciales, las conversaciones versan sobre la película, el futbol, si está buena la telenovela, si Rosa Salvaje es buena o mala, y como puede observarse, las diferencias son enormes.

La televisión origina desintegración familiar, es totalmente falso que la televisión reúna a la familia, pueden estar juntos viendo algún acontecimiento en común que es muy "raro" — salvo cuando se trata de asuntos religiosos, políticos o deportivos de alto nivel, es posible que estén juntos pero eso no — significa que se da una verdadera unión familiar, mientras estén sentados, callados, solamente observando no puede decirse que estén unidos. Simplemente si en el hogar existe un sólo — aparato receptor, se torna en un verdadero pleito el encender la televisión, pues el papá quiere ver el box, noticias o football, la madre sus telenovelas, los jóvenes a los cantantes de moda y los niños a Chespirito, Chabelo o sus caricaturas y al final, se queda solo el padre con su televisor, ¿Dónde está la unión familiar? por eso se dice que asegura la desintegración familiar, en conclusión, la televisión disminuye y anula la comunicación de la familia.

Es indudable que esa "caja mágica" aparece a diferencia de padres y maestros, como amable y gratificante, convirtiendo en agradables sus imposiciones.

En muchas ocasiones se ha usado a la televisión como niño ra, poniendo desde los primeros años de vida a los pequeños — frente a un peligro eminente, es como si los dejaran al borde de un precipicio o al margen de las fieras mas feroces y hambrientas que puedan imaginarse "nuevamente exageración", no de ninguna manera, estudios serios como el de M. Alfonso Erasus —

quin han arrojado que un niño al estar expuesto ante el televi-  
 sor y por el esfuerzo de construir cada imagen televisiva a -  
 partir de los puntitos luminosos de la pantalla, lleva al fun-  
 cionamiento patente del hemisferio derecho del cerebro y a la  
 inactividad del izquierdo, con lo que la información se reci-  
 be, pero no se analiza. El niño espectador sólo recibe imáge-  
 nes, y más imágenes con la parte hemisférica izquierda, re-  
 flexiona, analiza, opina, critica etc. al ser el niño solo es-  
 pectador "pasivo", está viendo al aparato y de vez en cuando -  
 riéndose como tonto, se anula completamente el hemisferio iz-  
 quierdo sufriendo un daño irreversible y para toda su vida --  
 originando desde entonces que se convierta más tarde, en un es-  
 tudiante y adulto gris, conformista, pasivo y mediocre, todo -  
 por haberle puesto de nifera, de entretenedora a la inofensiva  
 televisión.

Con la televisión desde muy pequeños los niños se exponen  
 a todo tipo de violencia de prácticamente todo el mundo, a los  
 pocos años de vida son bombardeados por un sinfín de cuestio-  
 nes adultas que les hacen perder su infancia, su autonomía, -  
 los convierten en adultos chiquitos, cargando desde muy temprá-  
 no con muchos conflictos, y problemas de los adultos. Los co-  
 merciales usan a los niños como agentes de ventas, explotan su  
 inocencia, en los juguetes les introducen información sublimi-  
 nal, usando zonas erógenas y formas de los órganos genitales -  
 estimulando su sexualidad y consecuentemente originando prácti-  
 cas sexuales precoces.

En muchos casos se prende el televisor para que el niño no se salga al patio o a la calle a jugar, le tememos más al peligro de afuera ignorando el que se corre con la televisión, cuando impedimos que los niños jueguen, les perjudicamos gravemente, se propone como alternativa para contrarrestar este problema; jugar con los niños, dejarlos jugar libremente y de ser posible usar lo mínimo el aparato receptor.

Además la televisión estimula la violencia con sus programas de agresión, es conocido por todos que muchos niños se han lastimado, lesionado e incluso muerto por imitar a los héroes y personajes del cine y televisión. En España se registró un caso en el que una pequeña niña castraba a su hermanito, minutos después de haber observado un programa de capacitación agropecuaria proyectado para que los campesinos conocieran las técnicas de ese proceso; así se han dado tantos y tantos casos ocasionados por la influencia de la televisión. Es necesario que se realice un análisis, explicando a los niños los contenidos de los programas televisivos, porque en realidad, la televisión es un problema difícil de contrarrestar, y sobre todo de apagarla en forma definitiva y para siempre.

En la ciudad de Iguala, Gro. y en el resto del Estado y del país existe una prensa sensacionalista y amarillista, resalta con letras vistosas y grandes sus encabezados de asesinatos, robos, violaciones, los niños a muy temprana edad son ex-

puestos a esa violencia latente, lo mismo ocurre con el radio- y la televisión, les dan mayor importancia a esas notas que a otras que si son dignas de difundirse. Los niños están expuestos a bombardeos de violencia, se acostumbran a ella y aprenden a vivir dentro de ella. Es difícil pedir a estos mercaderes que cambien su manera amarillista de proceder, estos Seudo periodistas jamás entenderán que un niño preescolar o de prima ria es afectado por esa información, no cambiarán ni porque se trate también de sus propios hijos. Pero como padres pueden llevar otro tipo de periódicos a casa, y hacer lo posible de alejar los textos de violencia de los ojos y mentes infantiles.

Es necesario estimular al niño a apagar la televisión dejarlo jugar, leer con ellos, compartir responsabilidades, realizar paseos, viajes, estimular su expresión oral y escrita, pero sobre todo desarrollar el gusto por la lectura pues con ella el lector se vuelve creativo y así vence la influencia ne gativa de los medios masivos de comunicación. //

## CONCLUSIONES

-En nuestra sociedad capitalista todo el mundo está enajenado, cada grupo vive su alienación de una manera particular, la característica común a la mayoría es la falta de conciencia respecto de su alienación.

-La televisión contribuye a conformar mentes receptoras carentes del ejercicio de reflexión y análisis, y alejan al niño del ejercicio activo del juego, del deporte, del estudio.

-Frente a la influencia de la cultura infantil de tipo transnacional tenemos una rica cultura nacional que se requiere rescatar, valorar y difundir, cultura que al respetar la personalidad del niño propicia su desarrollo intelectual.

-En México todo el sistema comercial de televisión es operado por Televisa, el Estado maneja los canales 7, 13, 11 y 22 a nivel nacional y local.

-El televisor no sólo enajena el tiempo y la imaginación de los niños, les hace dependientes y crea una conciencia de inferioridad.

-En definitiva las imágenes están creando futuras generacio

nes de no lectores, no sólo haciendo disminuir el interés de los jóvenes por la lectura de libros, sino incluso obstaculizando su propia capacidad de expresarse tanto verbalmente como por medio de la escritura.

-En el siglo de la comunicación masiva corremos el riesgo de la más terrible incomunicación.

-Los medios de comunicación han convertido la cultura en mercado de consumo.

-El mundo tecnificado y electrónico plantea al educando una serie de interrogantes para los cuales la Pedagogía tradicional aún no ha dado con las respuestas satisfactorias.

-El adulto agradece la ayuda que la televisión le presenta para aplacar los ánimos de los niños y utiliza los programas como métodos de entretenimiento fácil para sus hijos.

-La programación, extranjera produce transculturación no participativa y destructora de valores autóctonos.

-Los medios de comunicación social se han convertido en vehículos de propaganda del materialismo reinante, pragmático y consumista y crean en nuestro pueblo falsas expectativas, necesidades ficticias, graves frustraciones y un afán competitivo malsano.

## SUGERENCIAS

-Como los medios masivos crean desolidaridad, es necesario que la familia y la escuela en base a la realización de actividades de integración social: juegos, viajes, convivencias, --- etc; rescaten los valores estéticos y morales de antaño.

-Una manera eficaz y determinante para contrarrestar los -- efectos negativos de los medios masivos es lograr que los pa--- dres de familia y maestros de preescolar y primaria desarrollen en los niños la creatividad.

-Otra sugerencia posible de realizar es la lectura desde la edad preescolar y escolar tanto por padres y maestros.

-Es recomendable proporcionar materiales gráficos y de imágenes (libros, periódicos, revistas,) a los niños desde temprana edad, así se familiarizan prontamente con la función de la - lecto-escritura y adquieran una información oportuna.

-Es innegable la influencia negativa de los medios, como difícil la manera de controlarlos, la mejor forma de disminuir -- sus efectos es precisamente conociéndolos, se sugiere a padres- y a educadores conocer los medios a profundidad para saber cuán do y cómo actuar.

-Es necesario rescatar las viejas canciones y rondas infantiles, los juegos y juguetes tradicionales que sí desarrollaban la fantasía, la imaginación y creatividad de los niños para disminuir lo negativo de las canciones simples, pegajosas y juguetes-chatarra actuales que reducen al niño a ser simple espectador y a oprimir botones.

-Es urgente disminuir el consumo de programas de televisión especialmente en los niños, lo óptimo sería apagar la caja mágica para siempre, pero como no es posible, si se puede disminuir su uso de una manera paulatina, dedicando mayor tiempo al juego y a actividades de tipo educativo, entre ellas, la lectura, etc.

-La programación televisiva, el cine y la prensa desarrollan en los niños violencia y agresividad. Se sugiere a padres y --- maestros auxiliien a los niños en la selección adecuada de programas acordes a su edad, que le sirvan en su formación física, --- afectiva e intelectual.

-A los padres de familia se sugiere que no utilicen a la televisión como niñera, porque ésta le ocasionará a sus hijos daños graves e irreversibles, tanto a nivel físico como mental.

-En la actualidad la publicidad y los mercaderes de la comunicación se dedican a vender a costa de lo que sea, anuncian en sus productos cualidades que no poseen, realizan campañas y --- ofertas a nivel nacional, venden productos chatarra y en ocasio

nes en proceso de descomposición dañando gravemente a la población. En resumen, logran un consumismo total. Señores no se dejen engañar por los anuncios publicitarios, compren lo indispensable y no necesariamente de marcas famosas y a precios elevados.

## GLOSARIO

**Agencia de Publicación:** empresa comercial destinada a la--  
reproducción y distribución de revistas, historietas y comics.

**Agencia de Publicidad:** consorcio destinado a la difusión -  
de productos para su mayor venta y consumo; mediante los mensa--  
jes publicitarios.

**Agresividad:** desequilibrios Psicológicos que provocan los  
medios masivos con su programación de violencia y muerte.

**Alienación:** embelezar a las personas, quitándoles el uso -  
de la razón y creándoles dependencia.

**Aparatos ideológicos del Estado:** son las diferentes insti-  
tuciones que ayudan a mantener la hegemonía: religioso, escolar,  
familiar, jurídico, político, sindical, cultural, los medios de-  
información.

**Aparatos ideológicos de la información:** son los medios de-  
comunicación masiva (radio, prensa, T.V., cine etc.).

**Comics:** dibujos en láminas seriadas, llamadas también; ---

historietas, tiras cómicas, tebeos, o viñetas cómicas (ejemplo: Tarzán, Capulina etc), son una de las modalidades más representativas de la cultura de masas.

**Comunicación:** proceso de interacción social entre los grupos humanos.

**Conacine:** corporación cinematográfica mexicana.

**Consciente:** es el estado psicológico del hombre en el --- cual recibe toda la información de los medios masivos.

**Consumismo:** acción incontrolable de comprar aunque no se necesite el producto.

**Control de Noticias:** es el acaparamiento de noticias por medios lícitos pero con fines especulativos. Las agencias noticiosas norteamericanas con sede en Nueva York.

**Convivencia Familiar:** es la participación activa de los miembros de una familia en actividades de recreación, trabajo doméstico, deporte etc.

**Creatividad:** actividad creadora, donde los niños utilizan sus conocimientos, habilidades, aptitudes y destrezas.

**Dependencia Cultural:** situación en la que un país carente

de medios para conseguir bienes o servicios culturales se ve obligado a aceptar asistencia de otros.

**Depresión:** reducción de la actitud mental, producto de la adicción televisiva.

**Desolidaridad social:** es otro efecto del consumo de programas de televisión, originando la pérdida de intereses comunes.

**Disneylandia:** mundo de fantasía producto del imperialismo capitalista.

**Eslogan Publicitario:** son los anuncios llamativos, fantásticos e irreales que usan los publicistas para vender productos ejemplo: tome coca-cola, la chispa de la vida; etc.

**Estimulante:** excitación de un receptor sensorial o del sistema nervioso por la exposición frecuente de programas televisivos.

**Estimulación sexual en el niño:** precocidad sexual desarrollada por la utilización de las zonas erógenas en la publicidad, propaganda de productos y juguetes.

**Hipnosis:** efecto de la televisión provocado artificialmente por la sugestión, similar al sueño.

**Icónico:** lenguaje pictográfico utilizado en los comics. -  
(imágenes).

**Ideología:** conjunto de ideas, creencias y modos de pensar características de un grupo.

**Inevisión:** empresa de participación estatal mayoritaria, cuenta con los canales 7, 13 y 22; opera a través de la SEP. el canal 11, y una emisora radiofónica; radio educación.

**Imperialismo Cultural:** proceso de influencia social por el cual una nación impone sobre otros países su conjunto de creencias, valores, conocimientos y normas de comportamiento así como su estilo general de vida.

**Inconsciente:** es todo estado psicológico del que la persona no se da cuenta.

**Industria Fílmica:** planeación, realización y distribución de películas.

**Influencia Negativa:** es todo lo que el hombre recibe de los medios masivos de comunicación originando graves alteraciones como: aumento de violencia, desintegración familiar, deformación de lenguaje, cambio de valores morales y estéticos etc.

**Medios masivos de comunicación:** es todo sistema basado en

los avances tecnológicos modernos, que produce, selecciona y -- transmite mensajes con contenido simbólico que se difunden para un público numeroso eterogéneo: televisión, radio, prensa etc.

**Mercaderes de la Comunicación:** son las personas que po--- seen controlan y manejan los medios masivos de comunicación, -- con fines lucrativos.

**Mitificación:** los medios masivos y la publicidad crean -- personajes convirtiéndolos en mitos, para lograr su control y - mantener el consumismo ejemplo: Tarzán, Supermán, Rambo etc.

**Ocio:** absoluta inactividad, holganza.

**Prensa:** conjunto de publicaciones, periódicos.

**Propaganda:** es la difusión o propagación de ideas y opi-- niones.

**Publicidad:** es una forma capitalista de explotación de -- los consumidores.

**Radiodifusión:** emisión de mensajes a través de la radio.

**Receptor Pasivo:** toda persona espectadora de los mensajes radiofónicos y televisivos que no reflexiona y analiza el conte-- nido de los programas.

**Sedución Subliminal:** es la forma de explotar al consumidor, dirigiendo los mensajes al inconsciente, usando técnicas refinadas y especiales; asegurando así las ventas y ganancias de los mercaderes.

**Subliteratura:** obras subliterarias empobrecedoras (comics).

**Taquiscopio:** máquina que sirve para proyectar en una pantalla, mensajes invisibles captados por el subconsciente.

**Teleadicto:** consumidor asiduo de programas de televisión.

**Teleniño:** niño que desde muy temprana edad (3 años) es adicto a la televisión.

**Televisa:** televisión vía satélite, es un consorcio formado al fusionarse la televisión privada; actualmente se proyecta en toda América Latina, Estados Unidos, Canadá y Europa.

**Televisión:** es el producto tecnológico que mayor influencia tiene sobre los hombres, les crea dependencia, enagenación y consumismo.

**Televisión Comercial:** está formada por la televisión privada y la televisión estatal.

## BIBLIOGRAFIA

ACOSTA, Mariclaire y Cano Aurora. ¿Qué ofrece la televisión - infantil, en Revista Mexicana de Ciencias Políticas, México, U.N.A.M. 1980. 289 P.

BELTRAN? Ramiro Luis y Elizabeth Fox de Cardona. Comunicación Dominada. Estados Unidos en los medios de América Latina,- Editorial Nueva Imagen, 1980. 176 p.

BRYAN, Key Wilson. Sedución Subliminal. 1a. ed. México. Ed. Diana. 284 p.

CAZENEUVE, Jean. El hombre telespectador (Homo telespectador). Barcelona 1977, Colección Punto y Línea. Ed. Gustavo Gili - S. A. 151 p.

COLOMBO, Furio. Televisión la realidad como espectáculo. 2a.- Ed Barcelona 1976, Ed. Gustavo Gili S. A. 197 p.

CORTES, Rocha Carmen. La Escuela y los medios de comunicación masiva. Ed. SEP/Caballito. México 1986. 57 p.

DIAZ, Guerrero Rogelio et. al. Investigación Formativa de Pla-

- H. READ, William. Mercaderes de la comunicación. Ed. Asociados S. A. 253 p.
- L. MERANI, Alberto. Del Pinochio de Collodi al Pinocho de Disney. En educación y relaciones del poder. 1a. ed. México - 1973. Ed. Grijalbo, colección 70. 159 p.
- L. MERANI, Alberto. Psicología y Alienación. 1a. ed. México D. F., Ed. Colección 76. p.
- L. SILLS, David. Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales, tomo 2., Madrid 1979. Ed. Aguilar 759 p.
- M. CLIFFORD, Margaret. Enciclopedias U.P.N., Enciclopedia práctica de la pedagogía Océano. Fundamento y desarrollo. ed. - 1983. Ed. Océano. 260 p.
- MACLUHAN, Marshall. La cultura es nuestro negocio. 1a. ed., segunda impresión México 1975. Ed. Diario. 399 p.
- MACLUHAN, Marshall. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. 8a. ed., Octubre 1980. Ed. 443 p.
- MATTELART, Armando y Ariel Dorfman. Para leer al pato Donald. - Comunicación de masas y colonialismo. 13a. ed. Chile. Ed. - siglo XXI editores S. A. 160 p.

za Sésamo. En Perfiles Educativos No. 4, México U.N.A.M. -  
1980 56 p.

DORFMAN, Ariel. Readers nuestro que estás en la Tierra. Ensa-  
yos sobre el imperialismo cultural. 1a. ed., México 1980 -  
Ed. Nueva Imagen 190 p.

ERAUSQUIN, Alfonso M. et. al Los teleniños. 1a. ed., Ed. LAIA-  
Barcelona 210 p.

GASSIGOLI, Armando. Conocimiento, Sociedad e Ideología. Ed. -  
ANUIES México 1976.

GRANADOS, Chapa Miguel Angel. "El papel educativo de los me-  
dios en la reforma política". En comunicación y política.-  
Ed. Océano, México, 1986

GUBERN, Román. Comunicación y cultura de masas. Barcelona -  
1977 Ed. de bolsillo, Península S.A. 300 p.

GUTIERREZ, Francisco. El lenguaje total: pedagogía de los me-  
dios de comunicación. Buenos Aires 1979 Ed. Humanitas, Anto-  
logía Expresión y Comunicación Ed. U.F.N. SEAD, SEP 1984.

HERNER, de Schmelz Irene. Tarzán el hombre mito. 1a. ed. 1974,  
México, D.F., Ed. Edimex, S. de R. L. 190 p.