

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA.  
SUBSECRETARIA DE EDUCACION SUPERIOR E INVESTIGA-  
CION CIENTIFICA.  
DIRECCION GENERAL DE CAPACITACION Y MEJORAMIENTO  
PROFESIONAL DEL MAGISTERIO.  
DIRECCION DE LICENCIATURA PARA MAESTROS EN SERVICIO.  
LICENCIATURA EN EDUCACION PRIMARIA

✓ TEMA: Los medios de Comunicación Masiva y su influencia  
en la personalidad del niño.



T E S I S  
P R O F E S I O N A L

Que para obtener el Título de  
LICENCIADO EN EDUCACION PRIMARIA

P R E S E N T A :

MAXIMINO MANCILLA VALENCIA.

Bh, 18-1-82

I N D I C E G E N E R A L

Página

DEDICATORIA

PROLOGO

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA - - - - - 1

PRECISION DE LOS OBJETIVOS - - - - - 6

PLAN Y DESARROLLO DE LA OBRA (TESIS) - - - - - 8

CONCLUSIONES - - - - - 53

PROPOSICIONES - - - - - 55

BIBLIOGRAFIA - - - - - 57

APENDICE GRAFICO

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

A MI PADRE:

Por los principios inflexibles que han guiado su vida.

A MI MADRE:

Por haber guiado a sus hijos por caminos de inquietud intelectual.

A MI ESPOSA:

Por su magnífica devoción a la familia.

A MIS HIJOS:

Por dar valor a todas las cosas.

A MI ESCUELA:

Por ser templo del saber, semillero de ilustres académicos.

A MIS MAESTROS:

Por acrecentar mis anhelos de superación.

A MIS COMPAÑEROS:

Por haberlos conocido y tenido como amigos muy respetuosos.

## P R O L O G O

Ante el moderno movimiento científico y tecnológico que parece envolver la vida de la sociedad, en su conjunto me ha parecido oportuno analizar en el presente trabajo tres cuestiones -- fundamentales en las relaciones sociales .

Cuál es el concepto que tenemos de la comunicación, sus objetivos y su proceso.

Cuáles son los medios de comunicación masiva en la actualidad, cuáles son los programas infantiles que se transmiten por la televisión mexicana y qué influencia tienen dichos programas' en el desarrollo de la personalidad infantil.

Ha sido necesaria la valiosa opinión de los maestros asesores a quienes atribuyo mi agradecimiento así como de personas -- allegadas al ramo de la com\_unicación para la redacción de los capítulos Primero y Segundo.

En el capítulo Tercero consulté bibliografía básica en radio y telev\_isión, periódicos, revistas, cuadros y representaciones folkl\_óricas y teatrales. Asi mismo investigué entre empleados de correo, teléfonos, telégrafos, cines, corresponsales y -- usuarios, los problemas concernientes al funcionamiento, uso y -- finalidades.

Hice una revisión crítica de libros, revistas, periódicos, -- en cuanto a su forma más general.

Sobre la televisión en México fue valiosa la ayuda prestada por los Ing\_enieros en Transmisiones de la Secretaría de Comunicaciones y Transporte.

En el estudio de los programas dedicados a los niños se hizo una revisión principalmente de los teleguías a partir de mar-

zo y procuré observar la mayoría de los programas citados.

Agradezco la atención que el presente trabajo despierte entre los jóvenes, estudiantes, profesores y personas que tengan interés en ahondar en la investigación de este problema tan importante en la actualidad como es la comunicación.

Igualmente agradezco las críticas, sugerencias o agregados que consideren sean necesarios a la obra.

A T E N T A M E N T E

MAXIMINO MANCILLA VALENCIA

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

a) Antecedentes de la Comunicación

C A P I T U L O I.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

ANTECEDENTES DE LA COMUNICACION.

ASPECTOS HISTORICOS.

La historia de la comunicación es en cierta forma, la historia de la humanidad desde la aparición de los primeros hombres en que la comunicación entre ellos se llevaba a cabo por medio de señas, haciendo movimientos significativos, indicativos con los brazos y las partes de la cara así como con una extensa gama de voces, sonidos y gritos.

Es la utilización de este lenguaje el que le dió impulso a la humanidad desde el estado de salvajismo hasta el de la formación de ciertas agrupaciones. En estas agrupaciones surgió la necesidad de comunicarse por medio del lenguaje hablado a través de voces significativas. Pero no hay que perder de vista que aún en estas primitivas congregaciones humanas se seguían usando sistemas muy rudimentarios de comunicación, aparte del lenguaje hablado, sobre todo cuando se necesitaba estar en contacto con otras comunidades para poder ponerlas sobre aviso de alguna inundación, acechanza enemiga, o cualquier otro peligro. Antes del descubrimiento del fuego se comunicaban de un pueblo a otro rápidamente utilizando sonidos y ya cuando el fuego se dominó se utilizó el humo, pero en algunas partes se seguían comunicando las personas entre sí emitiendo sonidos semejantes a los de los animales y a los de la naturaleza.

Después de miles de años de evolución de la humanidad en que hubo un desarrollo del hombre que se cataloga como de muy lento, fueron apareciendo poco a poco los dialectos en los distintos pueblos del planeta y con la estructuración de las palabras de los dialectos, mediante una sintaxis en frases y oraciones, vieron la luz los primeros idiomas existentes. Sobre el lugar y el nombre -

del pueblo que tuvo primeramente comunicación mediante el lenguaje hablado, no se ha encontrado aún una conclusión definitiva -- por los investigadores. Después de la aparición de los idiomas -- se ha continuado utilizando los rudimentarios medios de comunicación que conociera el hombre primitivo, como son los siguientes/

- a) El dibujo en los jeroglíficos, las pinturas rupestres y los frescos en los templos y las tumbas de los dirigentes de algunos pueblos.
- b) Los sonidos. Fueron utilizados los sonidos que emitían con el caracol, la mayoría de los pueblos costeros y ribereños, para enviar mensajes diversos; también las tribus de pastores usaron mucho el sonido con los cuernos de las vacas y los topes emitían al soplarles en un agujeto que les hacía en la punta' más estrecha. Este sonido se utilizó como voz de atención, ode alarma. Otro sonido con el que se comunicaban en los pueblos primitivos era el que despedía un tronco hueco golpeado' con unos trozos de madera que se podían manejar con varios -- troncos ubicados en puntos estratégicos que repetían los mismos sonidos a lo largo de un trayecto que podía distar algunos cientos de kilómetros del punto inicial al final. Así hacían los pueblos aztecas, los africanos y los asiáticos.
- c) La luz. Las señales luminosas también se han utilizado para' enviar mensajes de un lugar a otro, pues en algunos pueblos -- de la antigüedad era uno de los medios más usados y eficaces, tal sucedía' entre los centinelas de las torres, los puestos -- de vigilancia durante el imperio romano y también lo usaron -- los persas para el mismo fin.

El heliógrafo es el diseño moderno para enviar señales -- por medio de la reflexión de los rayos solares en un espejo' y seutilizó en gran escala en la guerra de Transval de 1899 a 1902.

- d) Los corredores o relevos. Estos eran unos hombres que lleva-- ban los mensajes o la mercancía a través del campo. para en--

tregarla al siguiente corredor hasta que el último de ellos la dejaba en el lugar de destino. Estos corredores o correos de la antigüedad se usaron mucho en algunos pueblos de Europa, Asia, África, América y Perú. Donde más sobresalieron fue en la antigua Grecia y entre los Aztecas. (En Grecia son famosas las carreras de El Maratón desde las playas del mar de Platea hasta la plaza de Atenas y la de Feudípides que recorrió una distancia de 235 Km. entre Atenas y Esparta para solicitar la ayuda de los espartanos en contra de la invasión persa).

Los mensajes enviados por relevos eran transmitidos al principio en forma verbal de unos a otros, después utilizaron piedras chicas, planitas y delgadas, moradas y cuerdas anudadas. Mas con la invención de la escritura jeroglífica y cuneiforme, se generalizó el uso de tablas de barro y madera, a sí como el de corteza de árboles y hojas de papiro para escribir y pintar con el objeto de enviar mensajes y dejar constancia de los acontecimientos, lo mismo que para guardar los resultados de las observaciones y de las investigaciones que en esos tiempos se hacían.

- e) El arriero. La mayoría de los pueblos se habían comunicado -- por primera vez unos con otros porque los arrieros han llevado su recua con su mercancía hasta los lugares más lejanos, inaccesibles e inhóspitos. Han sido también los pioneros del descubrimiento y desarrollo de los caminos, las vías de comunicación, el correo y el transporte de mercancía, carga y pasajeros.
- f) El mensajero a caballo. El traslado rápido de cartas de un lugar a otro antes lo realizaba el hombre de pie, hoy ha sido sustituido por el hombre a caballo que lo realiza en el menor tiempo posible y a más largas distancias sin sufrir un agotamiento excesivo.

g) El Carretero. Fue otro medio de comunicación que usaron los Chinos, los egipcios, los persas, los romanos y otros muchos pueblos de la antigüedad. La carreta y el carretero, lo mismo que el arriero y el charro han pasado a formar parte del Folklore Nacional de muchas naciones americanas, especialmente de México, donde se les cantan corridos y canciones populares porque son el recuerdo que el pueblo tiene de sí mismo, del cual formaron parte muy importante durante muchísimos años.

h) La Diligencia. La gran cantidad de mensajes, cosas y pasajeros trasladados por las diligencias, las hizo objeto de continuos y múltiples atracos, robos, atropellos y hasta algunos asesinatos a campo abierto. Era un techo con una estructura metálica ligera y liviana, con asientos encontrados y cuatro ruedas, y tirada con uno o más caballos bien alimentados y especiales para ello. Se usaron mucho en Europa, Rusia y en todo el Continente Americano. En México fueron muy conocidas en tiempo de la Colonia y en el primer siglo de la vida independiente del país. Corrían las Diligencias de México a Veracruz y a Guanajuato, pasando por Querétaro; de México a Guadalajara pasando por Querétaro, Celaya y Atotonilco, y San Juan de los Lagos.

Diligencias famosas lo fueron las que usaron los Virreyes durante la Colonia y sobre todo la que sirvió de sostén, refugio, hogar y asiento de los poderes de la unión, depositaria del representante de la soberanía Nacional en los momentos más cruciales de la historia de México, me refiero a la carroza en que viajó el Presidente Don Benito Juárez, en su peregrinar por el suelo patrio y que se conserva en el Castillo de Chapultepec en la Ciudad de México.

i) Paloma Mensajera. La paloma mensajera representa un importante método de comunicación rápido y seguro, pues aunque el --

mensajero a caballo y los corredores de a pie eran en cierta forma rápidos, carecían de seguridad, ya que estaban expuestos a un sinnúmero de peligros y accidentes que podrían ocurrirles por los labriegos caminos a través de las montañas -- por donde tenían que transitar. El uso de la paloma mensajera tuvo gran importancia durante la Edad Media, p\_ero aún en nuestros días se usa en algunas regiones de México, por personas que han desarroll\_ado este medio de comunicación po\_r puro deporte.

- j) La embarcación. Hubo en la antigüedad un gran número de pueblos que vivieron a lo largo de las riberas de los ríos, los litorales de los mares o en las islas de los océanos, los -- cuales se comunicaban entre sí utilizando para tal fin embarcaciones de diferentes tamaños, consistencia y elaboración -- utilizando siempre los materiales regionales como bambúes, -- troncos, tabla\_s de madera, brea, papiro y cuero.

PRECISION DE LOS OBJETIVOS

C A P I T U L O II.  
PRECISION DE OBJETIVOS.

En virtud de la problemática que encierra la comunicación masiva y su influencia de la personalidad infantil, me he propuesto alcanzar con el presente trabajo los siguientes objetivos.

A.- Generales.

- 1.- Conocer el desarrollo histórico de la Comunicación.
- 2.- Comprender el concepto de comunicación.
- 3.- Comprender la influencia de los medios de comunicación masiva en el desarrollo de la personalidad del niño.

B.- Particulares.

- 1.1.- Comprender la causa que motivó el desarrollo de la comunicación en la actualidad.
- 1.2.- Comprender el concepto del proceso de comunicación.
- 2.2.- Conocer los medios de comunicación en la actualidad.
- 3.1.- Analizar la influencia de la comunicación masiva en la personalidad del niño.

C.- Específicos.

- 1.1.1.- Comprenderá que los hombres tuvieron necesidad de comunicarse para alertarse contra los peligros y para intercambiar ideas.
- 1.1.2.- Comprenderá que las formas del lenguaje fueron evolucionando por la necesidad de comunicarse.
- 1.2.1.- Conocerá la importancia que tuvo el dibujo, los sonidos y la escritura en la comunicación.
- 1.2.2.- Conocer la importancia que tuvo la luz, los relevos, el arriero, el mensajero a caballo, la diligencia, la paloma mensajera y la embarcación en el desarrollo de la comunicación de la antigüedad.

- 2.2.1.- Comprender que la comunicación es una relación de convivencia.
  - 2.2.2.- Conocerá los elementos del proceso de comunicación.
  - 2.2.3.- Conocerá el objeto del proceso de comunicación.
  - 2.2.4.- Comprenderá la importancia de la fuente, el canal, el mensaje y el receptor como elemento del proceso de comunicación.
  - 2.2.5.- Conocerá la importancia de los distintos medios de comunicación masiva.
- 
- 3.1.1.- Conocerá el desarrollo que han tenido en México los medios de la comunicación masiva.
  - 3.1.2.- Conocerá el tipo de programas de televisión dedicados a los niños.
  - 3.1.3.- Distinguirá la influencia que ejercen los medios de la comunicación masiva en la personalidad infantil.

## PLAN Y DESARROLLO DE LA OBRA

( TESIS )

A.- Conceptos y procesos de la Comunicación.

B.- Elementos de la Comunicación.

C.- Los medios de Comunicación en la actualidad.

- a) Círculo Familiar
- b) El grupo
- c) El Barrio
- d) El espectáculo
- e) Ambiente social
- f) La recreación
- g) El arte
- h) El medio gráfico

### C A P I T U L O III.

#### PLAN Y DESARROLLO DE LA OBRA.

##### CONCEPTO DE COMUNICACION.

###### a) Qué es la comunicación.

La comunicación es una relación humana de cualquier tipo, -afec\_tivo, económico, social, cultural, deportivo y de la más di-versa índole.

Esta relación tiene por objeto desarrollar la comunicación' entre nuestros semejantes.

Para que haya comunicación se requiere como mínimo un suje-to que se pregunta y se contesta a sí mismo mediante la refle- -xión, que es algo normal entre nosotros.

Pero cuando se relacionan dos personas existe un claro ejem-plo de comunicación.

¿Hacia dónde fluye la comunicación entre dos sujetos distin-tos cuando éstos se relacionan entre sí?

La comunicación fluye hacia ambos sentidos, los sujetos re-ciben y dan información, ideas, opiniones y puntos de vista de -forma recíproca.

Existe una doble transmisión y recepción de las ideas me- -diante el lenguaje oral, escrito o cualquier otra forma que ad- -quiera la comunica\_ción.

En esencia, la comunicación es una relación de convivencia, de coexistencia.

En el momento en que se rompiera esta relación de conviven-cia cesaría de inmediato la comunicación.

b) EL PROCESO DE COMUNICACION.

CONCEPTO DE PROCESO:

PROCESO, es el devenir, la sucesión, el flujo, todo lo que adquiere o tiene movimiento, puede considerarse como un proceso o parte de éste. Es el conjunto de sucesiones de que consta la realización de un objetivo; es el procedimiento para llegar del principio al final del camino que nos trazamos, conjunto de momentos o actos continuos por los que tiene que pasar el objeto del proceso para alcanzar su destino.

De ahí que el concepto de proceso tenga un sentido muy amplio comparado con otros conceptos. Consideramos que el universo forma parte de un proceso de la evolución cósmica, que la vida forma parte del proceso biológico y que tanto las plantas, como los animales y el hombre estamos sujetos a distintos tipos de procesos que hacen que al transcurrir lapsos más o menos largos de tiempo se alcancen los fines preestablecidos.

Todos los modos y aspectos con los que conocemos los procesos, tienen en común ciertas características que los hacen ser especialmente reconocibles, algunas de las cuales son las siguientes:

1o.- El de ser una sucesión de actos concatenados y

2o.- El de lograr un objetivo determinado.

Es por ello que el investigador debe concentrar su atención sobre dos cosas concretas que debe saber con toda anticipación.

1o.-Cuál es el objeto del proceso.

2o.- Cuáles son los elementos del proceso.

## EL OBJETO DEL PROCESO DE COMUNICACION.

Por lo que se refiere al objeto del proceso de la comunicación se debe tomar en cuenta sus límites y sus características, que lo hacen ser, efectivamente, objeto del proceso comunicativo. En cuanto a los límites que conforman el objeto del proceso se debe tener presente que el campo de los objetos del proceso de comunicación es muy variado y específico que lo hace limitarse a cada caso en particular.

Por lo que a sus características compete, es necesario señalar las siguientes:

- 1o.- Debe ser lógico y consistente en su estructura interna.
- 2o.- Debe expresarse en tal forma que tienda a una modificación de la conducta humana.
- 3o.- Debe ser compatible con las formas en que la gente -- acostumbra comunicarse.
- 4o.- Debe ser específico con el propósito de que se pueda relacionar con el comportamiento comunicativo que se da en la realidad.

Al hablar del objeto del proceso de comunicación, tenemos que ver también el propósito que lleva o que tiene implícito.

Todos nosotros somos participantes de la convivencia humana, participamos y nos desenvolvemos dentro de los diversos sistemas comunicativos que ha estructurado el hombre para relacionarse. Somos integrantes de la organización familiar, económica, social y cultural que existe en la sociedad y al comunicarnos -- tenemos un propósito definido que hace que aquello que expresamos tenga interés para nosotros, por lo tanto, el mensaje debe llevar un propósito de interés para el emisor o para el receptor, ya que si careciera de dicho elemento se suspendería la co

municación. Así el padre afecta con su mensaje la conducta de sus hijos, esto es, desea una respuesta que a él le interesa obtener de parte de los integrantes de la familia; pero además, esta respuesta que él espera obtener, debe expresarse en términos de comportamiento conductual y cuando los hijos se conducen de la manera requerida, es precisamente porque a ellos les interesa que su padre asuma a su vez una conducta aprobatoria o favorable a la necesaria armonía hogareña de la casa, en esta forma podemos decir que la comunicación se está llevando en forma eficiente, puesto que el mensaje fue claro para pedir una respuesta específica de la conducta y así mismo se encontró que el propósito se ajustaba a los intereses de las partes, o sea del emisor y de los receptores a quienes iba dirigido el mensaje.

De la misma manera que el profesor está dirigiendo un mensaje a los alumnos para que éstos actúen. En consecuencia:

El mensaje que el maestro dirige debe tener cierto propósito de antemano establecido; pero para alcanzar este objetivo debe estar presentado en forma interesante para los alumnos, es decir, debe procurar una respuesta adecuada y específica del grupo al que se dirige de acuerdo a las características y el propósito de su mensaje.

Si el grupo responde de manera adecuada con un cambio de conducta, podemos afirmar que se ha llevado a cabo la comunicación y por lo tanto, el aprendizaje. En caso contrario debió haber ocurrido alguno de los muchos obstáculos que pueden interrumpir la realización del objeto de la comunicación.

Así pues, al comunicarnos sometemos el mensaje al proceso de comunicación, pero carecería de sentido someter cualquier mensaje al proceso, si dicho mensaje que es el objeto del proceso no tuviera definido el propósito comunicativo, por lo que el investigador debe saber primero cuál es el propósito que tiene el mensaje.

Se ha discutido mucho sobre el propósito comunicativo, diciendo algunos que es una propiedad del mensaje en sí, puesto que todo mensaje lleva implícito un propósito, es decir, se piensa que cada mensaje, como es un objeto del proceso de comunicación, tiene una finalidad que lo distingue de los demás, ya que esta finalidad es en sí una característica que define el mensaje, esto es, consiste en una propiedad del objeto comunicativo.

Por otro lado se afirma que resulta sumamente difícil saber cuál es el propósito que cada mensaje lleva en sí, que sólo se puede considerar la definición del propósito como una propiedad del mensaje, cosa que es muy complicada poner en claro ya que el mensaje debe tener aparte de ésta, otras muchas propiedades, y que lo mejor sería definir el propósito comunicativo como la meta del creador o receptor del mensaje, puesto que considerando de esta forma el propósito del mensaje, resulta de gran utilidad para el investigador, porque de esa manera se puede escoger el canal más adecuado una vez conocida la finalidad de la fuente. EL OBJETO DEL PROCESO DE COMUNICACION ES EL MENSAJE; PERO ESTE CUMPLE UN OBJETIVO, YA SEA DE LA FUENTE O DEL RECEPTOR.

Volveremos a tratar del mensaje un poco más a fondo más adelante; pero ya como un componente importante del modelo del proceso de comunicación.

#### LOS ELEMENTOS DE QUE CONSTA EL PROCESO DE COMUNICACION.

Han existido a través del tiempo distintas conclusiones sobre las investigaciones referentes al número de elementos componentes de que consta el modelo del proceso de comunicación, ya que algunos dicen que son cinco (Shannon Weaver) los cuales son los siguientes: 1) Fuente, 2) Transmisor, 3) Señal, 4) Receptor, y 5) Destino. Este modelo es en esencia muy similar al que describe Aristóteles en su Retórica, el cual contempla tres componentes en la comunicación que son: 1) El Orador, 2) El discurso, y 3) El Auditorio. Se refirió en su libro que para que se lleve

a cabo la comunicación es necesario organizar nuestro estudio - sobre: a) La persona que habla, b) El discurso q\_ue pronuncia y c) La persona que escucha.

El modelo de Shannon-Weaver ha sido objeto de muchas modificaciones a través del tiempo y a la luz de las nuevas investigaciones y descubrimientos puesto que se ha puesto en práctica' en escuelas, universidades y fábricas, encontrándosele útil por parte de la gente es muy diversas situaciones de comunicación.

En la vida real todos nos comunicamos, y por lo tanto, toda comunicación proviene de alguna p\_arte, tiene alguna fuente, esta fuente tiene un propósito que está expresado en el mensaje, aquí debe notarse que el propósito no se considera como una propiedad del mensaje en sí, sino como una meta de la fuente que - se alcanza por medio del mensaje. Pero el mensaje está expresado como un\_a conducta de tipo físico, ya sea una traducción de' ideas o un conjunto de propósitos de intenciones, transmitido - por medio de un código o sistema de símbolos convencionales, la forma de cómo el propósito de la fuente se traduce en un código que da como resultado el lenguaje oral o escrito que se realiza p\_or medio del codificador que es el encargado de expresar -- las metas dela fuente por medio de mensajes.

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

Algunos de entre estos componentes contienen funciones que operan en forma sim\_ilar y por tanto se estudian en forma conexas

tales son la fuente encodificador y el decodificador-receptor, ésto también se hace porque en cierta forma los factores que influyen sobre éstos componentes, actúan en igual nivel de eficacia, salvo casos en los que específicamente esté indicado lo contrario, porque como cuando los sistemas de comunicación son muy complejos si están separados la fuente y el encodificador aunque lo ideal sería que grandes o pequeños, simples o complejos, estos componentes del proceso de la comunicación estuvieran integrados y sus funciones fueran en cierta forma simultáneas, puesto que de esta manera se lleva a cabo una encodificación más fiel de los propósitos que tenga la fuente de donde son creados los mensajes y donde existen algunos factores que determinan la calidad y fineza de los mensajes, aumentando al mismo tiempo su calidad. Estos factores son conocidos como:

- a) El nivel de conocimiento que tiene la fuente del campo de estudio que abarca el temario,
- b) Las actitudes que asume la fuente frente al receptor,
- c) La habilidad que tenga la fuente para comunicarse con el receptor.
- d) El sistema económico, social y cultural que imperan y su posición dentro de este sistema.

#### a) EL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LA FUENTE.

Es importante en la comunicación que la fuente tenga un amplio conocimiento del tema que desarrolla en el mensaje, — así como de cada uno de los componentes del proceso comunicativo, ya que es en esa forma como sabe cómo estructurar el mensaje y en qué código lo va a encodificar, así como el canal — por el que lo va a enviar con destino al receptor. Con respecto al nivel de conocimiento que debe tener la fuente diré que debe ser tal, que al enviar el mensaje sepa el nivel de fidelidad con que se elaboraron los propósitos en el cuerpo del —

mensaje y además, que conozca en qué grado estimado será capaz de interpretarlo correctamente el receptor de este mensaje. Porque en el caso de que la fuente posea un conocimiento privativo, y muy especializado, encodificará los propósitos utilizando un lenguaje bastante técnico, que no logrará entender ni decodificar el receptor.

Así que la conducta de la fuente de comunicación es --- afectada en cierta medida por el grado de conocimiento que tenga de sí misma, del tema que se trate y del contexto económico y sociocultural en que se ubique.

b) LAS ACTITUDES QUE ASUME LA FUENTE FRENTE A SI MISMA, FRENTE AL RECEPTOR.

Podemos afirmar que la gran importancia que los estudios conceden al aspecto de las actitudes radica en que este factor afecta de una manera decisiva, favorable o desfavorablemente el hecho comunicativo.

En primer lugar, hemos de observar la actitud que asume la fuente frente a sí misma, este aspecto se refiere a lo que la fuente considera que es ella, en su contexto personal físicamente en lo que respecta a lo económico, social y cultural, ya sea en forma consciente o subconsciente, puesto que en cualquier forma que fuere, afecta igualmente la conducta en la comunicación.

En segundo lugar, la actitud que la fuente tenga hacia el tema objeto del mensaje puede modificar también la comunicación, puesto que ésta buscará que el encodificador del propósito del mensaje sea el más adecuado y convencido de lo que se encomienda, a efecto de que la comunicación sea lo más fielmente posible. Así el gerente de ventas, sólo contratará aquellos agentes perfectamente convencidos de las bondades

des del producto de que se trate, ya que estas últimas personas son las más indicadas para transmitir fielmente los propósitos de la fuente.

En tercer término, la actitud que la fuente presente frente al receptor o auditorio afecta en gran parte a la comunicación. Cuando vamos por la calle y luego volteamos y vemos que una persona está insultando a otras tratamos de retirarnos lo más rápidamente posible del lugar, no así viéramos que se arremolina la gente tratando de escuchar al que está hablando en el centro que dice que nos trae el mejor y más barato de los medicamentos para curar cierta enfermedad muy común en los niños y en los adultos, nos muestra una actitud muy positiva hacia los receptores pero además nos da un ejemplo de sus habilidades en la comunicación.

### c) LAS HABILIDADES COMUNICATIVAS DE LA FUENTE.

Es conveniente, ya que de ello depende la forma de comunicación, conocer las habilidades comunicativas que tiene la fuente. Al observar la convivencia diaria de la sociedad nos percatamos que la gente se comunica mediante el lenguaje, ya sea oral, gráfico o mímico. Para que alguien adquiera cierto lenguaje se requiere que su sistema nervioso procese pensamientos. El pensamiento es el medio de toda comunicación. La forma de cómo se crea el pensamiento se lleva a cabo el proceso de ideas, conceptos y decisiones en nuestro cerebro, es todavía un tema que no ha sido resuelto completamente, pero de lo que sí podemos estar seguros es de que los objetivos son creaciones mentales de la fuente, elaborados a partir de nuestras percepciones que tienen origen en la observación de la realidad. El pensamiento siempre trabaja con la percepción de la realidad, de ahí que la habilidad con que se pueda percibir ésta tanto por parte de la fuente como del receptor, es de gran importancia porque puede afectar la fidelidad con que se lleve a cabo la comunicación.

Percibimos y esperamos la realidad por medio del idioma particular que cada pueblo o nación posee. Las facultades de hablar y de escribir los encodificadores de nuestros pensamientos e ideas tienen la particularidad de aumentar o disminuir la fidelidad del mensaje, ya que cuando se tiene mucha habilidad para hablar o para escribir se pueden enviar mensajes mejores al público, que en el caso contrario.

Los sentidos del oído y la vista sirven como decodificadores ya que podemos escuchar los mensajes que nos dirigen, así como leerlos si nos llegan en forma escrita. Mas cada persona posee una habilidad diferente que afecta en forma directa la fidelidad en la interpretación del mensaje recibido. El cerebro como centro receptor de la personalidad, es, según mi opinión, el asiento de los procesos mentales superiores de nuestra conciencia y nuestro pensamiento, es una computadora de las más sofisticadas.

#### d( LA ESTRUCTURA DEL SISTEMA ECONOMICO Y SOCIOCULTURAL.

Quiero dar a entender con esto la importancia que para la comunicación posee la estructura del sistema económico y sociocultural que existe en el momento histórico presente, ya que debemos conocer cómo vive, socialmente hablando, la fuente y el receptor de la comunicación; cuál es su posición económica y social dentro del conglomerado en donde desarrolla sus actividades, cuál es el conjunto de actividades que realiza y la importancia que para él y el público tienen, cuáles son sus características culturales y las de la sociedad de la que forma parte integrante, así como su prestigio, el nivel alcanzado dentro de la tabla de valores imperante; debemos saber cuáles son esos valores y el conjunto de ordenamientos legales y políticos que afecten a la fuente y al receptor de la comunicación, y los aspectos económicos que rijan las relaciones de producción y consumo en la sociedad. En suma, debemos conocer cuál es cómo es el ambiente económico, social y cultural en el que se encuentra ubicada tanto la fuente como el receptor de la comunicación.

### EL MENSAJE

El mensaje como ya lo dijimos, es el resultado de un proceso que se inicia en la creación de los propósitos en la fuente, y su expresión por medio de un código en el codificador. De esta manera, nuestra conversación, plática o discurso es el mensaje cuando hablamos, y lo que está escrito cuando escribimos, lo mismo que si hacemos señas, el movimiento de nuestros brazos lo es, y si gesticulamos, el movimiento de la cara es el mensaje; en caso de hacer música, ésta es el mensaje, si hacemos arte como la danza, la pintura, el ritmo y el cuadro son el mensaje. De todas maneras, sea cual sea el mensaje, debemos tomar muy en cuenta el código, el contenido y el procedimiento por el cual es arreglado el mensaje, de acuerdo a los elementos del código y del contenido, así como por la forma de la estructura en que deben estar ordenados para que el mensaje tenga para nosotros alguna significación que nos pueda motivar para dar una respuesta adecuada.

En realidad es una tarea para estudiosos hacer una definición de los elementos del mensaje, o sea de la sustancia y de la estructura, es decir, de la organización de la sustancia y de los elementos. Pero también hemos de considerar el llamado nivel de discusión, que viene siendo la amplitud de los conceptos sobre los cuales se está hablando. Primeramente veamos los elementos y la estructura del código.

CODIGO, es cualquier grupo de símbolos susceptibles de organizarse de tal forma que sean capaces de tener significación para alguna persona. Es también todo grupo de elementos unido al conjunto de procedimientos que le dan cuerpo, sentido, estructura y significación para quienes conocen el código.

Viendo ejemplos de la vida real, consideramos que el idioma español o cualquier otro idioma, son códigos porque están' compuestos de signos, símbolos o letras y tienen una sintaxis que los organiza para que se acomoden formando estructuras significativas con las que se comunica la gente. Todo código debe poseer un vocabulario y la sintaxis que debe contener el código depende del área comunicativa o cultural que le corresponda, y aún en una misma área cultural pueden existir varios códigos, cada uno con un vocabulario y una sintaxis diferente que enriquezca más el campo cultural al que pertenece, porque entre más y mejores códigos existan en una misma área de la cultura humana, más rica en su aportación a la corriente comunicativa del hombre y más grande y preciso es su avance técnico y científico.

No debemos temer, por tanto, la creación o modificación' de los actuales códigos con que contamos para comunicarnos, sino que debemos buscar nuevos y mejores vocabularios y nuevas y mejores formas de organización estructural de las sintaxis existentes o de otras nuevas porque de esta manera podremos comprender y expresar mejor la realidad. Es comprensible por lo mismo, que al indagar sobre los campos de la música, la pintura, la danza y el baile, se encuentren diversos códigos, cada uno con su vocabulario y su sintaxis particular.

Todas las actividades humanas se realizan de acuerdo a un código determinado, la vida se desarrolla siguiendo su propio código y la evolución cósmica y sideral del universo debe caminar de acuerdo a su organización muy particular que tiene en cierta forma una significación para el estudioso de ese campo científico.

Representa, pues, un punto de importancia considerar el código, a sus elementos, estructura y la metodología utilizada

para emcodificar cada vez que tengamos necesidad de enviar algún mensaje a nuestros amigos y a las personas con quienes habitualmente convivimos porque de este modo nuestros conceptos, ideas y propósitos vertidos en el mensaje tendrán mayor impacto en el receptor. Al cuerpo de ideas y de conceptos que abarcan los propósitos, se les llama en conjunto contenido del mensaje. La estructura del contenido y su forma sintáctica es muy similar a la del código.

Sin embargo, sólo la fuente está facultada de acuerdo a sus posibilidades comunicativas para hacer la selección tanto del código, elementos y de los métodos más convenientes, para su ulterior utilización en la formación de estructura significativas, como del contenido del mensaje, de acuerdo a los propósitos deseados por la misma fuente.

Sería objeto de un tratado completo revisar a fondo el tratamiento, el gran conjunto de decisiones que la fuente desea comunicar, seleccionar cada elemento y cada estructura del conjunto de elementos y estructuras del código y del contenido de cada mensaje que se ha de enviar. Estas decisiones que deben tomarse por parte de la fuente deben ser únicas en cada caso particular y son las que le van adjudicando un estilo propio y genuino de comunicación. Sin embargo, las decisiones que tome la fuente con respecto a la selección de los elementos, de la estructura que deben tener el código y el contenido del mensaje, no serán tomadas de una manera arbitraria o al azar, sino que cada decisión que tome la fuente con ese respecto, DEBE ESTAR EN FUNCION DE LAS CARACTERISTICAS MUY PECULIARES DEL RECEPTOR, que hacen de él un ser diferente e individual, pero al mismo tiempo, capaz de ser estimulado o motivado en cierto sentido, para responder de la forma deseada por la fuente, aprobando o -

negando, según los propósitos de la fuente y del receptor, sean los mismos o bien que sean otros, respectivamente.

### EL CANAL

El concepto de canal tiene varios significados en nuestra cultura, según sea el campo de actividades en el que se aplique y el nivel cultural en el que se esté utilizando. Por ejemplo,-- un campesino cava la tierra haciendo una zanja desde el estanque hasta su sembrado, para que por ahí corra el agua y se traslade de un lugar a otro para humedecer el suelo de la siembra. A la zanja que sirve para que el agua camine y se traslade de un lugar a otro se le llama canal. Ese canal es una obra hecha por el hombre en los distritos de riego. Se utilizan los canales en gran escala para que se traslade el agua necesaria del río o -- presa a los campos de cultivo.

En la comunicación también existen canales que sirven para trasladar los mensajes de donde se encuentra la fuente a donde se halla el receptor. Los canales que se utilizan en la comunicación son ondas electromagnéticas Herzianas, con una frecuencia y amplitud y longitud determinada por el ciclaje requerido; que sirven de portadoras para trasladar los mensajes encodificados como ondas sonoras luminosas. Las características que definen al canal en la comunicación difieren en la lectura de sus valores al cambiar de canal. El conjunto de todos los canales de comunicación, desde los más simples, como el correo, la publicidad en revistas y periódicos, el telégrafo, el teléfono, -- el cable, el radio, la televisión y el satélite se les denomina medios de comunicación masiva. Hemos pues de considerar estos -- medios para efectos de selección por parte de la fuente, ya que para que ésta utilice algún canal determinado se deben tomar en cuenta los estudios hechos sobre las variables relacionadas con

los costos, la utilidad, la economía de tiempo, la rapidez, - facilidad, extensión, ubicación, preferencias y gustos, consumo, demanda, código, contenido, receptores sin perder de vista el conocimiento que se debe tener sobre la legislación y - las características económicas y socioculturales.

Todos los canales de la comunicación están unidos a la - fuente y el receptor, en sus extremos, pues de otra manera se cortaría la comunicación. En el plano de la conversación los canales naturales son los órganos sensoriales que a la vez - desempeñan la función de encodificadores y decodificadores. Por los canales los mensajes van y vienen, por eso a través - de los sentidos, la fuente siente lo que envía, los sentidos o el canal unen a la fuente con el receptor y de esta manera se realiza la comunicación entre ellos, porque el decodificador, que son los sentidos, están unidos a la fuente y el canal el encodificador que son los sentidos forman parte del receptor y el canal o sea, son los canales que permiten la comunicación.

#### EL DECODIFICADOR RECEPTOR.

Lo que hablamos con respecto a la fuente encodificador, - vale también tratándose del encodificador receptor, ya que el receptor puede actuar como fuente y ésta a la vez está influida por los mensajes que recibió cuando fue receptor de ellos. Aquí aparecen las influencias del medio ambiente en su nivel más alto, las habilidades comunicativas, la afectividad o actitud frente al conjunto de presiones y el sentir de su individualidad hacen que el receptor asuma una peculiar característica al decodificar los mensajes que le son enviados y al codificar los que envía porque puede actuar y así lo hace en la mayoría de las veces o con la doble función de fuente por un lado y de receptor por otro.

El proceso de comunicación es el fluir de los mensajes de las fuentes a los receptores de éstos, actuando como fuentes a las fuentes cuando actúan como receptores en un infinito -- proceso de convivencia humana.

D I S E Ñ O

El diseño del modelo de los componentes de la comunicación es el que se presenta a continuación:

FUENTE	MENSAJE	CANAL	RECEPTOR
Actitudes	Elementos	Vista	Actitudes
Conocimientos	Contenido	Oído	Conocimientos
Habilidades	Tratamiento	Tacto	Habilidades
Sistema social	Estructura	Olfato	Sistema social
Cultura	Código	Gusto	Cultura

LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA ACTUALIDAD

Existen en la actualidad muchos medios de comunicación, por medio de los cuales la gente de hoy se encuentra informada de lo que sucede en cualquier región del globo terráqueo y aún del sistema solar, como las conjunciones de los astros, los eclipses y los viajes interplanetarios. La mayoría de la gente de la tierra ha borrado las fronteras nacionales y continentales, por lo que a continuación se refiere y usa de estos medios indistintamente, de acuerdo a sus posibilidades y a

la facilidad con que se le presenta la oportunidad de hacerlo, - tomando como variables para su uso las de ubicación, corto, extensión demanda, oferta, rapidez e impacto en el público. Entre los medios de comunicación de que podemos valernos en la actualidad se encuentran los siguientes:

- 1.- El círculo familiar
- 2.- El grupo
- 3.- El barrio
- 4.- El espectáculo cívico
- 5.- El ambiente deportivo
- 6.- Las diversiones.
- 7.- El medio recreativo
- 8.- El medio artístico
  - a) Teatral
  - b) Musical
  - c) La danza
- 9.- El medio gráfico,
  - a) La pintura
  - b) Las revistas, cuentos y novelas
  - c) El dibujo
  - d) El libro
  - e) El grabado
  - f) El cuadro
- 10.- El sistema postal
- 11.- El sistema telegráfico
- 12.- El sistema telefónico
- 13.- El cine
- 14.- El radio
- 15.- La Televisión.

#### 1.- EL CIRCULO FAMILIAR.

Con el círculo familiar nos comunicamos desde las primeras hasta las últimas fases de nuestra vida, ésta es la razón por la cual he propuesto al hogar, como un medio de comunicación en la actualidad, y esta relación familiar ha perdurado desde los'

cación a través de la simpatía o antipatía, a través del afecto, de la vivencia, del sentimiento de compañía que experimenta cada uno de los participantes y de cada uno de los espectadores.

El evento deportivo ha sido el único hecho que ha logrado reuni\_r y unificar los diversos criterios que tiene el público. Es una actividad creativa y cautiva\_dora del más elevado sentimiento, que embellece el cuerpo y el espíritu del hombre y la mu\_jer que lo practican, así como del público, que es quien quiere y ama l\_a competencia y que forma parte integrante de la afición.

#### 6.- LAS DIVERSIONES.

En las grandes ciudades y aún en los más pequeños centros de población existen lugares donde las familias se concentran en sus horas libres para divertirse con los títeres, rueda de la fortuna, remolino, volantín, coches chocones, payasos, trapeceistas, animales educados y futbolitos, donde los que participan mantienen constante comunicación entre sí y con el público en general, motivo por el cual he considerado que los lugares que por sus características muy peculiares tienen el nombre genérico de diversiones, son sitios donde se lleva a cabo la comunicación humana a través del contacto directo de la conversación en forma intensa.

#### 7.- EL MEDIO RECREATIVO.

Es en las primeras etapas de la vida cuando es más necesaria la actividad del juego y el esparcimiento, aunque este último aspecto debe de proporcionarse a todos los habitantes, ya sea niños, jóvenes o adultos, por que el cuerpo y la mente de los jóvenes y adultos están sometidos por una presión constante como resultado de las distintas actividades desempeñadas y de las dificultades que actualmente existen para obtener empleo seguro, por lo tanto, la recreación y el esparcimiento representan medios excepcionales para que el público se comuniquen y son a la -

vez una válvula de escape para las tensiones emocionales que todas las personas por distintas causas tenemos.

### 8.- EL MEDIO ARTISTICO.

Dentro de los medios de comunicación en la actualidad que tienen un gran impacto en el público y que utilizan diversos canales para llegar a la mayoría de la población, se encuentra el artístico con su gran diversificación de aspectos culturales como el teatro, la música, la danza, el dibujo y la pintura que se caracterizan por ser portadores de un mensaje para el público.

a) EL TEATRO.- La escena teatral transmite a las personas una manera caracterizada del modo de vida de los personajes, pero además, dentro del movimiento de los personajes. En la escena se advierte el contenido del mensaje dirigido al asistente. Por eso considero al teatro entre los medios de comunicación, sin embargo es de lamentar el escaso desarrollo que ha tenido esta actividad en nuestro país, ya que fuera de los teatros Blanquita, Fábregas y de Bellas Artes en la Ciudad de México y el del Seguro Social en Tepic, los demás como que les falta una adecuada promoción publicitaria y poner en escena obras prestigiosas y que atraigan a la gente.

b) LA MUSICA.- En sus distintas corrientes la música es la que más llega a la gente de todos los niveles sociales y económicos.

A través del disco, la radio y la televisión, escuchamos todos los géneros musicales existentes en el mundo de hoy. La música transmite su mensaje por medio de la armonía de los sonidos y silencios, de acuerdo con el tono y la nota. La nota musical es el elemento expresivo del lenguaje de la música. De ahí que toda canción encode en notas musicales un mensaje que va dirigido a un público determinado. La música folklórica es la que caracteriza la ascendencia originaria de las raíces del pueblo o

región; El vals y la música romántica, aunque de épocas diferentes expresan suavidad en los sentimientos y en los modales; El Rock tuvo una gran época así como el Twist, y más recientemente la cumbia. La expresión musical es la más ricamente lograda por la humanidad, sin embargo existe actualmente un fuerte proceso de comercialización de la música que ha degenerado mucho este tipo de comunicación, hacen falta más autores musicales jóvenes con arraigo a las costumbres del pueblo para que en sus producciones sinteticen la inspiración y eleven la calidad comunicativa de la gente a través de la música que tanto gustamos.

c) LA DANZA.- La comunicación se lleva a cabo por distintos canales y la danza es uno de ellos.

El código en que se expresa la danza es el ritmo. La expresión plástica del ritmo tiene el más alto valor comunicativo, por que por medio de la danza conocemos las costumbres y tradiciones de la mayoría de los pueblos. La danza es una remembranza sintética de la historia de los pueblos, pero puede ser a la vez la expresión clara de las más caras aspiraciones de éste. El danzante vive y se estasia en su movimiento al danzar y el observador interpreta y goza el ritmo de la pieza. La mayoría de las danzas utilizan distintos instrumentos musicales para llevar el tono y el compás, aunque en la actualidad se utiliza música grabada en casi todos los conjuntos de danza.

En México existen algunas escuelas de danza dependientes del Instituto Nacional de Bellas Artes, tal es el caso de la escuela que dirige en Tepic el famoso Profr. Jaime Buentello con más de trescientos alumnos en sus cuatro grados de aprendizaje, siendo la mayoría de ellos maestros de educación primaria. Sin embargo, es necesario que la Secretaría de Educación Pública promueva la creación de plazas de Educación Artística en las escuelas del nivel primario del país, para que se impulse la danza entre la población infantil que existe a fin de que las nuevas ge-

neraciones sean poseedoras de las más variadas formas de expresión como a través de la danza y el ritmo.

### 9.- EL MEDIO GRAFICO.

Ahora describiré algunos medios gráficos de comunicación y el jurado dictaminará si esta distribución corresponde a una división científica y técnica como ha sido mi intención.

a) EL DIBUJO.- El ser humano es el que posee los más variados recursos expresivos entre los habitantes que pueblan nuestro planeta y el dibujo es un medio por el cual nos comunicamos utilizando la armonía en el trazo de las líneas, la perspectiva o sea el fondo para ver el dibujo en tercera dimensión. El mensaje es transmitido a través del dibujo en forma gráfica, patética y con alta fidelidad, pero este último aspecto depende mucho de la habilidad que tenga el dibujante para el trazo de líneas, pues de otra manera no sería adecuada la expresión por medio del dibujo, sino que tendría que buscarse otro medio para comunicarse.

b) LA PINTURA.- La pintura es lo que les imprime color a las cosas. El dibujo sólo da el contorno y el sombreado en blanco y negro, pero la pintura da el colorido, o lo que se puede afirmar, les dá vida a las cosas a través del color, ya que las ilumina y las pone a nuestra vida inmersas en un ambiente multicolor. Pero no se detiene ahí.

La pintura es una forma de expresión por sí misma y su código es el trazo en color para lograr la armonía en los tonos, hasta lograr la realización del cuadro o pintura, cuyo mensaje es interpretado por el observador. Este medio de comunicación ha tenido un desarrollo muy variado de acuerdo a la época histórica que ha pertenecido.

Con base en ello existen diversas corrientes de la pintura de acuerdo a los estilos que han prevalecido a través de la historia pictórica de la humanidad que han influido en forma decisiva en las corrientes contemporáneas.

c) LAS REVISTAS.

Las revistas representan en la actualidad uno de los medios de comunicación masiva que más daño han causado, como vehículos enajenantes de la mayoría de la población de los países que están viviendo en el subdesarrollo social, cultural y económico. Las revistas son un medio de expresión gráfica y visual en donde se utiliza tanto la escritura como el dibujo y la pintura. El mensaje está expresado en tres códigos a la vez, y el contenido es claramente aceptado e interpretado por cualquier observador. Después del cine y la televisión, las revistas son las que ejercen mayor influencia en el público, sobre todo del sexo femenino, y aún del sexo masculino y en una menor escala, en la edad infantil.

Mediante las revistas se ha logrado cambiar el modo de pensar y se han trazado criterios y diseñado conductas para la población, acordes con los intereses de los poderes económicos predominantes. Por esos motivos considero que se debe investigar a fondo el alcance de este medio de comunicación, ya que hasta esta fecha es muy poco lo que se ha publicado al respecto.

d) EL PERIODICO.

La prensa o industria periodística tiene como finalidad la de dar una información rápida y metódica de los acontecimientos más importantes que horas antes sucedieron en el mundo o que horas después sucederán. Esta información la da a través del periódico y lo da por cierto, porque considera que hay expertos trabajando para llevar la verdad a la publicidad general.

Este razonamiento es frecuentemente reforzado y es estimulado cuando se quiere que a través de la prensa acepte el público tal o cual idea que sirva de provecho a los intereses más radicales de la economía que son los del sector empresarial.

La prensa es manejada con gran habilidad para dar servicio a

sus dueños, los capitalistas. Todos los más grandes rotativos - de la industria periodística de México, de Latinoamérica y del mundo en general, de nada sirven al interés colectivo de los habitantes de la tierra, sino que es la clase capitalista la que se sirve de ella para crear en la población el tipo de pensamiento que se ajuste al modelo de desarrollo que los beneficie directamente.

El periodismo es una profesión comprometida con la ideología que sustente el grupo económico al que sirve.

Por desgracia las causas populares carecen de cuadros organizados y de líderes que verdaderamente luchen por los intereses de las capas de la población menos favorecidas, y el periodismo es una profesión, es quizá la forma de lucha avanzada.

El periódico llega con su mensaje a quien lo compra, por lo que es necesario que tenga el interés de leerlo, pero además quien tenga interés de adquirirlo tenga además, los medios necesarios para comprarlo. Pero para interpretar el mensaje del periódico es necesario que el receptor domine el código de la comunicación escrita o sea que sepa leer.

El periódico varía en su constitución y presentación de acuerdo con su importancia y el poder económico que lo edita, pero casi siempre está constituido por las siguientes secciones:

- a).- Económica: Hace referencia al estado de la economía en general.
- b).- Comercial: Trae toda la publicidad relacionada con la venta de productos y artículos de consumo.
- c).- Editorial: Enmarca y define la política e ideología que sustenta el periódico.

- d).- Noticiosa de la vida internacional, nacional o local: Aquí se narran los hechos más sobresalientes del momento -- ocurridos en el mundo o en el país.
- e).- Deportiva: Esta sección del periódico informa de los eventos deportivos que se realizan en México y en el mundo.
- f) Científica: Algunos periódicos agregan esta sección y anotan en ella los descubrimientos -- que se hacen en las distintas ramas de la ciencia.

La primera página del periódico es usual dividirla en -- ocho columnas, cada una de las cuales contiene lo que se considera más importante en la información del día.

El precio de los periódicos varía de \$ 2.00 a \$ 5.00 por cada uno de ellos.

#### e) EL LIBRO

Con la invención de la imprenta y la reproducción del primer libro, se ha convertido éste en un objeto de gran valor e indispensable en todos los estudios de cualquier índole del país.

El libro es un conjunto de conocimientos escritos, ordenados, metódicos y científicos.

A la vez el libro es un medio de comunicación que cumple en alto grado de fidelidad su objetivo, o sea la transmisión del contenido del mensaje encodificado por el autor de la obra y dirigido al lector.

Existen libros para todos los grados de aprendizaje y para todos los niveles de la cultura, lo mismo que para cualquier

edad, desde la infantil, hasta la adulta.

La calidad de la información que lleva el mensaje que transmite el libro va de acuerdo al nivel cultural más avanzado en — que se vive, porque el libro es la síntesis de la cultura de los pueblos en cada etapa histórica de su vida.

Los libros se dividen en capítulos que tratan distintos aspectos o fases de un problema general, que forma el título del volumen, que está empastado con un material resistente, generalmente cartón en género de tela y pegamento.

Las partes principales de que se compone el libro son:

- a) El título: Nombre del libro.
- b) El prólogo: Hoja escrita por el autor.
- c) El índice: Total de capítulos y temas tratados por el libro.
- d) Introducción: Es un resumen general de lo que trata el libro en cada uno de los capítulos, y sugiere orientaciones para su estudio.
- e) Capítulos: Cuerpo del tratado que pueden variar en su cantidad.
- f) Conclusiones: Razones finales sacadas de los temas tratados.
- g) Editorial: Fecha de impresión y edición.

#### 10.- EL SISTEMA POSTAL.

En realidad el medio de comunicación escrita de que se trata es la carta, pero se nombra el sistema postal porque es la organización encargada de llevar la carta a su destino.

El sistema postal tiene su manifestación concreta en el cartero y en la oficina de correos. En la oficina se venden estampillas y se reciben las cartas y el cartero se encarga de entregarlas a domicilio.

El servicio de correo tiene tres categorías:

- a) Ordinario.- La carta llega a su destino cuando el correo sin prisa la lleva a él.
- b) Aéreo.- La carta es llevada en sobre rayado y en avión.
- c) Entrega Inmediata: La carta es entregada con anticipación a cualquier otra correspondencia.

En cuanto a la correspondencia en su seguridad, el sistema postal tiene tres tipos de servicios.

- a) Ordinaria: La carta llega o no llega a su destino sin ninguna responsabilidad de parte de la administración de correos.
- b) Certificada: Hay responsabilidad del correo si no es entregada, pero sólo si él o los interesados promueven juicio o el asunto.
- c) Certificado con acuse de recibo: En esta modalidad las cartas tienen un cien por ciento de seguridad, ya que el destinatario firmará de haber recibido la carta y la firma será devuelta a quien envió la carta.

La esencia de toda carta es llevar un mensaje de la fuente al receptor y es en la actualidad un medio de comunicación muy usado, tanto en el medio rural como en el urbano. Su uso ha diseñado dos tipos fundamentales de carta:

- a) Cartas familiares: Enviadas con un mensaje cariñoso y habitual.
- b) Cartas comerciales: El lenguaje utilizado en estas cartas es el adecuado en el trato de los negocios.

El sistema postal o correo lleva la correspondencia a cualquier lugar del país o del mundo por lo que es un medio de comunicación de utilización masiva, a la vez que individualiza cada uno de sus mensajes, es decir, cada carta tiene un destinatario, cuyo nombre va escrito en el sobre, lo mismo que el nombre del remitente.

#### 11.- EL TELEGRAFO.

El telégrafo revolucionó el sistema de comunicaciones en todo el mundo y representó un avance significativo en todos los órdenes de la comunicación humana.

Inicialmente se procedía al envío de mensajes telegráficos solo donde existían lugares o pueblos comunicados por medio de un alambre.

Posteriormente en 1887, como resultado de un esfuerzo conjunto de los científicos, el alemán Enrique Hertz demostró que existen ondas electromagnéticas que viajan por el espacio en todas direcciones y con la misma velocidad con que viaja la luz. Para el año de 1896 el físico italiano Guillermo Marconi dió nacimiento a la telegrafía sin hilos y en 1901 estableció este tipo de telegrafía entre el Continente Americano y Europa.

El telégrafo encodifica los mensajes en clave de Morse. La clave de Morse consiste en una representación de las letras por medio de puntos y líneas en tantas combinaciones como letras tiene el alfabeto.

Los puntos y letras se traducen a la vez en sonidos cortos los primeros y en sonidos largos los segundos.

El mensaje es encodificado en una Central Telegráfica y recibido y decodificado en otra para que finalmente éste sea entregado por el mensajero al destinatario.

El servicio telegráfico es de dos categorías, atendiendo -

a la rapidez de la entrega del mensaje.

- a) Ordinario: Cuando el mensaje es entregado de acuerdo al turno que le corresponda.
- b) Urgente: Cuando el envío y entrega tiene prioridad sobre los demás.

Atendiendo a los servicios prestados es de dos tipos:

- a) Mensajes: El envío de mensajes, propiamente dicho.
- b) Giros Telegráficos: El envío de dinero por telégrafo.

Es este medio de comunicación muy utilizado por el público, ya que representa una gran facilidad y rapidez en su uso.

## 12.- El teléfono.

Sin duda que el teléfono es el medio de comunicación por excelencia y el más usado en la actualidad.

A raíz del invento de Alejandro Graham Bell en 1875, se perfeccionó y ahora el teléfono es un instrumento indispensable en los hogares, oficinas, comercios, bancos, iglesias, agrupaciones sindicales y de toda índole, escuelas, talleres, fábricas y en todas partes donde esté la actividad o el descanso humano, allí es necesaria la existencia del aparato telefónico.

## 13) EL CINE.

El cine es en la actualidad un espectáculo al que van los niños y los adultos de todas las clases sociales.

Se exhiben películas en lugares adecuados hechos especialmente para ello.

Tiene importancia el cine como medio de comunicación en virtud de que toda película es portadora de un mensaje que hace que el espectador vea la realidad desde el punto de vista del productor cinematográfico, razón por la cual el cine es un medio de comunicación comprometido con los intereses de quien lo produce.

En las salas cinematográficas, sin embargo, se exhiben películas de todos los tonos y colores al quedar sin censura la mayoría, por no decir la totalidad de la producción del cine.

#### 14) EL RADIO.

Es el radio el medio de comunicación masiva más difundido en virtud de que aún en los lugares más inaccesibles existen aparatos receptores de radio, de transistores y de corriente alterna.

La radiodifusión de Amplitud Modulada fue iniciada en el año de 1920 en la Estación KDKA de Pittsburgh y en 1936 con el descubrimiento del Audión E.H. Armstrong inventó el método de Frecuencia Modulada.

El conjunto de elementos que constituye un aparato de transmisión y recepción de ondas de radio es el siguiente:

##### 1.- Emisor

- a) Micrófono
- b) Modulador
- c) Oscilador de radio frecuencia
- d) Antena emisora de ondas.

##### 2.- Receptor

- a) Antena receptora de ondas.
- b) Conversor
- c) Oscilador local
- d) Amplificador de frecuencia intermedia
- e) Detector
- f) Rectificador
- g) Amplificador de Audio frecuencia

La radio ha tenido y tiene gran importancia en la comunicación y en la dirección de las masas populares de todos los países y sigue deleitándose el mundo con los programas musicales radiodifundidos de música folklórica, moderna y clásica, que son la alegría de chicos y grandes.

Pero también las casas comerciales han puesto sus anuncios - por radio que en forma de publicidad han convencido a la gente pa ra varias sus gustos, costumbres y hábitos de consumo popular.

#### 15) LA TELEVISION.

Los primeros programas televisados se llevaron a cabo el año de 1925 y en 1930 por medio de aparatos receptores conectados a - líneas telefónicas.

La televisión utiliza el principio del "Ojo Mágico" y los -- transmisores y receptores de televisión tienen las siguientes sec ciones.

a) Sección de Audio.

b) Sección de Video.

El receptor de televisión contiene los siguientes elementos:

- a) Antena portadora de sonido y video
- b) Amplificador de Radio Frecuencia
- c) Oscilador Local
- d) Mezclador
- e) Amplificador de Frecuencia Intermedia y Sonido
- f) Amplificador de Frecuencia Intermedia y Video
- g) Detector de Video
- h) Interpotadora de sonido
- i) Detector de sonido y bocina
- j) Amplificador de sonido y bocina
- k) Amplificador de Video
- l) Amplificador y cercenador de sincronía
- m) Oscilador vertical y descarga
- n) Salida Vertical
- ñ) Oscilador vertical y descarga
- o) Salida Horizontal
- p) Amortiguador
- q) Rectificador de alto voltaje
- r) Yugo de Deflexión
- s) Cinescopio

## INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA EN LA FORMACION DE LA PERSONALIDAD DEL NIÑO.

La infancia es la etapa más moldeable de la vida humana en virtud de que su cerebro es muy perceptible a todo estímulo por pequeño que éste sea. Tal hecho es sustentado por uno de los postulados más importantes de la doctrina psicológica, lo que viene a confirmar la primordial atención que debe prestarse a la clase de estímulo que generan los medios masivos de comunicación, por lo que obviamente estos estímulos tendrán una marcada influencia en la personalidad infantil.

Hemos de darnos cuenta de cuáles son los medios masivos de comunicación en el país, y qué desarrollo ha tenido la televisión en México.

Ante todo, estudiaremos en primer lugar: cuáles son los medios masivos de comunicación y en segundo: Qué desarrollo ha tenido la televisión en México, los programas dedicados a los niños y su posible influencia.

### A) LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA.

Hemos visto que existe un gran número de medios de comunicación, sin embargo, en México se han desarrollado algunos de ellos y entre los más importantes se cuentan: la televisión, el radio, el periódico, las revistas y los libros. Los medios masivos de comunicación tienen asignada una función determinada dentro de la división internacional del trabajo y que corresponde a la de mantener el control de la opinión pública para ponerla al servicio de los intereses de la clase dominante nacional o para aceptar de buen agrado el saqueo de recursos del país y la explotación del trabajo o sea la apropiación y estrangulamiento del mercado interno y la descapitalización ininterrumpida por parte de las empresas transnacionales.

A través de los medios de comunicación masiva se crean necesidades ficticias en la población por el impacto que logra la noticia en el público y porque se distorsiona la realidad con fines comerciales y de lucro. Ahí radica el motivo por el cual es necesario que el Poder Público tenga un adecuado y efectivo control sobre los medios masivos de comunicación. Por una parte, la televisión proporciona programas recreativos y de divertimientos que hacen que la familia tenga en su casa su propia televisión y sala de espectáculos, pero por otro lado el hábito de ver la televisión hace que el espectador observe y asimile programas de un divertimento dudoso que a la larga conforman sus esquemas personales de comportamiento y modifican sustancialmente sus hábitos de consumo normal, cambiándolos por otros de consumo sujeto a los intereses de los almacenes y de las grandes cadenas comerciales. Y la función que primordialmente tiene asignada la televisión, es llevada adelante también por los periódicos, las revistas y por los libros.

La publicidad masiva en este momento no puede contrarrestarla el sistema educativo en su totalidad, porque ha demostrado tener un mayor porcentaje en el control de la información y llega a un número más elevado de la población del país, así que es necesaria la concientización, la realización de seminarios y de investigaciones por parte de los teóricos de la educación y de grupos afectados a fin de aportar razones y argumentos para presentarlos a las Autoridades de la Procuraduría Federal del Consumidor, para que a través de ese organismo se sugieran y se impulse la industria de la información masiva de programas de efectivo gusto popular y de reconocido arraigo nacional sin desconocer que el valor artístico se da también en otras latitudes y que el público merece gozar el encanto sano que también puede traerse de allá, pero cuidando que nuestros medios de comunicación masiva y sobre todo el público no dejen lo nacional por lo extranjero.

## B) LA TELEVISION EN MEXICO.

Con el propósito de que el país tuviera un sistema televisivo a la altura de las necesidades que se presentarían con motivo de la celebración en el país de las Olimpiadas en 1968, el Gobierno Federal y la Iniciativa Privada instalaron el primero, una red nacional de microondas así como el Canal 13 y la segunda fundando una empresa que tomaron el nombre de telecentro. Televisión Mexicana. Televisión Nacional que ahora forman una sola empresa denominada Televisión Sociedad Anónima (Televisa), con los canales 2, 4, 5, 6, 7 y 8, a partir de 1970 cuando se celebró el mundial de fútbol, también en nuestro país.

Después de los Juegos Olímpicos de 1968 y del mundial de fútbol de 1970, el desarrollo que ha tenido la televisión en color ha sido enorme.

La empresa Televisa con el canal 2 y el canal 13 estatal, -- así como el canal 11 del Instituto Politécnico Nacional denominado Televisión Rural de México, son transmitidos por red nacional a toda la república y el canal 2 de Televisa para programas dominicales a toda la Unión Americana.

Recientemente transmitieron tanto el canal 13 como Televisa en una demostración de despliegue de los recursos científicos y técnicos, los juegos del Mundial de Fútbol de 1978, realizados en la República Argentina en junio de este mismo año.

La industria de receptores en color y blanco y negro de todos los tamaños, ha tenido un auge incomparable porque el Mercado está absorbiendo la mayor parte de la producción nacional.

Producen receptores en color y blanco y negro de todos los tamaños, las marcas, Telefunken, Admiral, Zenith, Phillips, Majestic, Zonda y General Electric. El diseño de los receptores obedecen a la adecuada distribución de sus componentes.

1.- PROGRAMAS PARA LOS NIÑOS.

En la Televisión Mexicana se transmiten algunos programas especialmente para los niños y otros que aunque no están denominados en forma especial los ven los niños, tales son los dibujos animados.

Los programas están organizados por canal de acuerdo al día y la hora de transmisión.

C A N A L 2

Domingo: No hay transmisión infantil.

Lunes

4.00 El Show de Cepillín

7.55 Especial Cantinflas Show

8.30 El Chavo

Martes

4.00 El Show de Cepillín

7.55 Especial Cantinflas Show

Miércoles

4.00 El Show de Cepillín

7.55 Especial Cantinflas Show

8.30 El Chapulín Colorado

Jueves

4.00 El Show de Cepillín

7.55 Especial Cantinflas Show

Viernes

4.00 El Show de Cepillín

7.55 Especial Cantinflas Show

8.30 Capulina

C A N A L 4

Domingo: Ninguna programación

Lunes

3.00 La Familia Partridge.- Dibujos animados

3.30 El Conejo de la Suerte.- Dibujos animados

4.00 El Pájaro Loco.- Dibujos animados

Martes

3.00 El Hombre Araña.- Dibujos animados

3.30 Lucha contra la muerte.- Aventuras

4.00 La Hormiga Atómica.- Dibujos animados

Miércoles

- 3.00 El Mundo Infantil
- 3,30 Retorno del Planeta de los Simios.-  
Dibujos animados
- 4.00 Monstruos del Espacio.- Dibujos animados

Jueves

- 5.30 Estrellas de la Mañana.- Deporte Infantil

Viernes

- 3.00 Birdman.- Dibujos animados
- 3.30 Salty el león marino.- Dibujos animados
- 4.00 Shazzam el Mago.- Dibujos animados
- 7.30 El Correcaminos.- Dibujos animados

Sábado

- 3.00 Superamigos
- 3.30 Caricaturas.- Dibujos animados
- 4.00 Fábrica de sonrisas.- Dibujos animados

C A N A L 5

Domingo

- 2.00 Archie.- Dibujos animados
- 2.30 Los Cometas de Bailey

Lunes

- 5.00 El Conejo de la Suerte.- Dibujos animados
- 5.30 Escuadrón Diabólico.- Dibujos animados
- 6.00 La Princesa Caballero.- Dibujos animados
- 6.30 El Hombre Araña.- Dibujos animados
- 7.30 La Pantera Rosa.- Dibujos animados
- 8.00 La Mujer Maravilla.- Aventuras

Martes

- 4.30 Simiolín y Listolín.- Caricaturas
- 5.00 Porky.- Dibujos animados
- 5.30 Scooby Doo.- Dibujos animados
- 6.00 Tritón.- Dibujos animados
- 6.30 Birdman y el trío Galaxie.- Dibujos animados

Miércoles

- 5.00 El Conejo de la Suerte.- Dibujos animados
- 5.30 Escuadrón Diabólico.- Caricaturas
- 6.00 La princesa Caballero.- Dibujos animados
- 6.30 El Hombre Araña.- Dibujos animados

Jueves

- 4.30 Simiolín y Listolín.- Dibujos animados
- 4.45 Porky.- Dibujos animados
- 5.30 Scooby Doo.- Dibujos animados

Viernes

- 4.30 Las aventuras de Gulligan.- Comedia
- 5.00 El Conejo de la Suerte.- Dibujos animados
- 5.30 Escuadrón Diabólico.- Dibujos animados

Sábado

- 2.30 Reino Animado.- Dibujos animados
- 3.30 Fantasmas Revoltosos.- Dibujos animados
- 4.00 Simiolín y Listolín.- Dibujos animados
- 5.00 Porky.- Caricaturas
- 5.30 Misterio a la Orden
- 6.30 Birdman y el Tío Galaxie.- Dibujos animados
- 7.00 Tarzán.- Caricaturas
- 7.30 Superman.- Aventuras
- 8.00 Batman.- aventuras

C A N A L 6

Domingo: Ninguna programación.

Lunes

5.00 Pepito El Niño Lobo.- Dibujos animados  
5.30 Simbad Jr. Caricaturas

Martes

5.00 Mr. Mago.- Dibujos animados  
5.30 Leo el León.- Dibujos animados

Miércoles

5.00 El dragón renegón.- Dibujos animados  
5.30 Escuadrón Arco Iris.- Dibujos animados

Jueves

5.00 Calvin y el Coronel. Aventuras

Viernes

5.00 Yogui Bear.- Caricaturas  
5.30 Robin Hood.- Aventuras

Sábado

- 4.00 El Circo de Rabanito
- 5.30 Caricaturas.- Dibujos animados

C A N A L 8

Domingo

- 3.30 Don Gato y su Pandilla.- Dibujos animados
- 4.00 Mi Bella Genio.- Caricaturas
- 4.30 Superveloz Buggs.- Dibujos animados
- 5.00 La Hormiga Atómica.- Dibujos animados
- 5.30 El Inspector Ardilla.- Dibujos animados
- 6.00 Los Cuatro Fantásticos.- Dibujos animados
- 6.30 Tarzán.- Aventuras

Lunes

- 3.30 El Rey Leonado.- Dibujos animados
- 4.00 La Ardilla y sus Amigos.- Dibujos animados
- 4.30 Bullwinckle.- Dibujos animados
- 5.00 King-Kong.- Dibujos animados
- 6.00 Lassie.- Aventuras
- 6.30 Flipper.- Aventuras
- 7.00 Skipy el Canguro.- Aventuras

Martes

- 3.30 El Rey Leonardo.- Dibujos animados
- 4.00 La ardilla y sus amigos.- Dibujos animados
- 4.30 Bullwinckle.- Dibujos animados
- 5.00 King-Kong.- Dibujos animados
- 6.00 Lassie.- Aventuras
- 6.30 Flipper.- Aventuras
- 7.00 Skipy el Canguro.- Aventuras

Miércoles

- 3.30 El Rey Leonardo.- Dibujos animados
- 4.00 La ardilla y sus amigos.- Dibujos animados
- 4.30 Bullwinckle.- Dibujos animados
- 5.00 King-Kong.- Dibujos animados
- 6.00 Lassie.- Aventuras
- 6.30 Flipper.- Aventuras
- 7.00 Skipy el Canguro.- Aventuras

Jueves

- 3.30 El Rey Leonardo.- Dibujos animados
- 4.00 La ardilla y sus amigos.- Dibujos animados
- 4.30 Bullwinckle.- Dibujos animados
- 5.00 King-Kong.- Dibujos animados
- 6.00 Lassie.- Aventuras
- 6.30 Flipper.- Aventuras
- 7.00 Skipy el Canguro.- Aventuras

Viernes

- 3.30 El Rey Leonardo.- Dibujos animados
- 4.00 La ardilla y sus amigos.- Dibujos animados
- 4.30 Bullwinckle.- Dibujos animados
- 5.00 King-Kong.- Dibujos animados
- 6.00 Lassie.- Aventuras
- 6.30 Flipper.- Aventuras
- 7.00 Skipy el Canguro Aventuras

Sábado

- 11.30 Los tres espaciales.- Dibujos animados
- 4.30 Bullwinckle.- Dibujos animados
- 5.00 King-Kong.- Dibujos animados
- 6.00 Lassie.- Aventuras
- 6.30 Flipper.- Aventuras
- 7.00 Skipy el Canguro.- Aventuras

C A N A L 11

Domingo

- 10.00 Pensando y viajando con los niños.  
El mundo que rodea al niño.

Lunes

- 6.00 Pensando y viajando con los niños.  
El mundo que rodea al niño.

Martes

- 6.00 Pensando y viajando con los niños. El mundo  
que rodea al niño.

Miércoles

6.00 Pensando y viajando con los niños.  
El mundo que rodea al niño.

Jueves

6.00 Pensando y viajando con los niños.  
El mundo que rodea al niño.

Viernes

6.00 Pensando y viajando con los niños.  
El mundo que rodea al niño.

Sábado: Ninguna programación infantil.

C A N A L 13

Domingo

6.00 Cuentos para todos.- Dibujos animados  
7.00 El Show de los Muppets.

Lunes

4.00 La Canica Azul.- Infantil.

Martes

4.00 La Canica Azul.- Infantil

Miércoles

4.00 La Canica Azul.- Infantil

Jueves

4.00 La Canica Azul.- Infantil

Viernes

4.00 La Canica Azul.- Infantil

Sábado

12.30 Lo Mejor de la Canica Azul.- Infantil

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

P R O P O S I C I O N E S

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

Después de haber hecho el estudio del problema que nos ocupa, he resumido las siguientes

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

- 1.- Desde los albores de la humanidad los hombres han tenido que enfrentarse al problema que representa el comunicarse unos con otros.
- 2.- He sostenido que la comunicación es una relación social de convivencia.
- 3.- Cada etapa histórica de la humanidad ha tenido sus propias formas de comunicación.
- 4.- En la actualidad la comunicación es una condición de existencia social.
- 5.- El proceso de comunicación es una sucesión de actos concatenados, encaminados a lograr un objetivo determinado.
- 6.- El objeto del proceso de comunicación es el mensaje.
- 7.- Todo mensaje tiene un código y un contenido.
- 8.- El contenido del mensaje tiene un propósito determinado.
- 9.- Los medios de comunicación masiva se han especializado en gráficas auditivas y audiovisuales.
- 10.- El desarrollo tecnológico se ha convertido a los medios de comunicación masiva en nueva arma de explotación en manos de la clase empresarial capitalista.

- 11.- Los programas de la televisión Comercial, canales 2, 4, 5, 6, 7 y 8 dedicados al televidente infantil adolecen' de defectos estructurales, ya que están encaminados a - reafirmar el concepto de la importancia de las clases - sociales altas.
- 12.- La edición infantil de los canales estatales el 11 y el 13, tiene como finalidad despertar en la infancia el -- desarrollo de su iniciativa para participar en la solu- ción de los problemas del conjunto social de acuerdo a' su nivel de desarrollo.

## P R O P O S I C I O N E S

En lo general la influencia que sobre los niños ejercen la mayoría de los programas es negativa.

En lo particular podemos hacer tres divisiones en el tipo de transmisiones. Tendrán cada una su manera muy peculiar de influir en los niños.

### 1.- Programas de dibujos animados.

Este tipo de programas influye de una manera negativa - en la niñez mexicana por que están realizados para formar -- una mentalidad de conformismo del débil frente al fuerte que lo perjudica, pero que nada puede hacer contra él, porque el destino dotó a unos de ciencia, técnica y riqueza, mientras que a otros solamente les dió su fuerza y habilidad para el trabajo, y les corresponde estar al servicio de quienes lo dirigen.

### 2.- Programas de aventuras del Chavo, el Chapulín Colorado y otros.

Estos programas tienen como propósito divertir a los niños, cosa que desde luego logran, pero al mismo tiempo hacen que los niños quieran hacer lo mismo que los personajes y -- éso desde luego no está bien. De este modo la forma en que -- influyen en los niños es negativa, porque no les enseñan nada de provecho y sí la mayoría de lo que el niño aprende en estos programas le es perjudicial.

### 3.- Programas infantiles del Canal 11.

Pensando y viajando con los niños. El mundo que rodea al niño y La Canica Azul. Son quizá los únicos programas sobre todo el del canal 11 los que influyen de una forma elogiosamente positiva en el televidente infantil.

- 4.- Que se formen comisiones permanentes en las Escuelas Normales de Maestros, en los Sindicatos de Trabajadores y sobre todo en el Magisterio Activo, para que se investigue, se estudie y se cuestione oficialmente el tipo de ediciones televisadas o impresas dedicadas a los niños.
  
- 5.- Se sensibilice en las escuelas oficiales a los padres de familia para que con el asesoramiento adecuado presione a las empresas aludidas, a realizar ediciones que favorezcan un desarrollo infantil a tono con los aspectos más relevantes del ser humano.
  
- 6.- Pugnar a nivel de organización para que las empresas televisivas den participación directa en sus programas a los cuadros organizados de los trabajadores y de las escuelas en todos los niveles, no importando la distancia o condición social de sus componentes.
  
- 7.- Orientar a los niños y padres de familia sobre los programas más indicados que se transmiten por la televisión para el espectador infantil.

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

- 1.- Teleguías  
Revista Semanal  
México, D. F.
  
- 2.- Tecnología Educativa  
Secretaría de Educación Pública.  
Primera Edición.  
México, D. F.
  
- 3.- Tecnología Educativa 2o. y 3er cursos  
Secretaría de Educación Pública.  
Primera Edición  
México, D. F. 1976.
  
- 4.- Aprenda radio en 15 días.  
Christian Gallert  
Compañía Editorial Continental, S. A.  
Novena Edición.  
México, D. F. 1973
  
- 5.- Reparación de televisión a color  
Walter H. Buchsbaum  
Editorial Diana  
Cuarta Edición.  
México, 1974.
  
- 6.- Televisión a colores  
Pedro Sala Venzor  
Compañía Editorial Continental, S. A.  
Sexta Edición  
México, D. F. 1976.

7.- Elementos de Psicología Social  
León Mann,  
Editorial Limusa-Wiley, S. A.  
Primera Edición.  
México, 1972

8.- Español L. M. Sexto Grado  
Secretaría de Educación Pública  
Tercera Edición  
México, D. F. 1975