

1855
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES



ANALISIS SOCIOLOGICO DE LA INFLUENCIA
DE LA INDUSTRIA CULTURAL EN UNA AREA
EN PROCESO DE URBANIZACION

T E S I S
QUE PRESENTA:
JOSE LUIS RIVERA PAZ
PARA OBTENER LA LICENCIATURA EN
S O C I O L O G I A

México, D. F.

1981



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

T E M A R I O

Capítulo	Pág.
Intriducción.....	1
1.- Desarrollo del Capitalismo.....	3
II.- La Urbanización de la Ciudad de México..	9
III.- Los medios de comunicación masiva dentro del Capitalismo.....	16
IV.- Los medios de comunicación en el cambio social.....	26
V.- Los medios de Comunicación Masiva (Clasificación de ellos).....	41
VI.- Nezahualcoyótl-Ciudad.....	45
1.- Surgimiento del problema (hitorial)	45
2.- División territorial y Categorías - Políticas.....	50
3.- Aspectos Geográficos.....	53
4.- Aspecto Demográfico.....	53
5.- El desarrollo Sub-Urbano.....	56
6.- Vivienda.....	61
7.- Escolaridad.....	64
8.- Rasgos Etnicos.....	66
9.- Alimentación.....	67
10.- Recreación.....	67

Capítulo	Pág.
11.- Salud.....	68
12.- Migración.....	69
VII.- La influencia de los Medios la televisión.	
Historietas y Periódicos en la Familia...	72
VIII.- Las Historietas o Comic's.....	81
IX.- Apéndice Metodológico-Técnico.....	88
X.- Conclusiones.....	94
Bibliografía.....	95
Apéndice Hemerográfico.....	97
Cuadros.....	98

INTRODUCCION :

El presente estudio es un intento por analizar cual ha sido la influencia de los medios de comunicación masiva, como la parte más importante de la Industria Cultural en (la mente de) los habitantes de una área en proceso de urbanización hasta transformarlas y configurarlas, de tal manera que se convierten, en casi autómatas, al cual se le dice, desde la forma de vestir, cómo comer, qué comprar, cómo y para qué comprar, y lo que jamás es es cómo y de dónde tiene que sacar para pagar todo aquel "paraíso" que está al alcance de su vista y boca, En fin se trata de demostrar en que forma los medios de comunicación son utilizados por la burguesía, para con ellos poder mantenerse en el poder y, día a día, ir aumentando sus riquezas y su control sobre aquellos a quienes sólo tiene que dirigir hacia donde más le convenga.

Se pretende ver como el control, a la larga se traduce en una penetración ideológica, cuya finalidad primordial es convertir la manera de pensar, para hacer a estos individuos sirvientes del capitalismo.

El estudio abarca sólo la Colonia Aurora (hoy Benito Juárez), de la ciudad Nezahualcóyotl, (del Municipio del mismo nombre), localizada al extremo oriente de la Ciudad de México, ciudad que surgió de una manera amorfa y por demás anárquica y que seguirá representando en sí misma una serie de fenómenos-trabas para el desarrollo del país.

Dicha colonia fué elegida para el estudio, por ser una de las -- primeras establecidas y por contener(en el año de 1973 cuando se efectuó la investigación) los elementos necesarios, que representan, la forma de ser, sentir y pensar de los habitantes de esta localidad.

Las condiciones eran adecuadas para realizar la investigación -- por conocerse a algunos profesores de la zona y habiendo trabajado durante casi dos años, con jóvenes egresados de las primarias de la propia colonia; por quienes en primera instancia, surgió - el interés del cómo y el porqué de los medios de comunicación --, tenían influencia en ellos, hasta causarles hábitos y costumbres totalmente dirigidos, a través de los mecanismos de control de - que se vale la burguesía nacional, para mantenerse en el poder.

Se trata también de hacer notar que es entre la juventud donde - el fenómeno se muestra con mayor intensidad. En la infancia es - más fácil y simple pero más trascendente porque esta el futuro, - generaciones que habrán de ser la base donde se sistente el país; es por esto por lo que resultatan importante luchar contra el -- mal uso de los medios de comunicación y fundamentalmente buscar - la forma de que no sean un mecanismo de penetración ideológica en manos de los respresentantes del imperialismo y/o de la burguesía nacional ahora pseedora de la mayoría de estos medios.

Se intenta buscar la forma de que los medios de comunicación - - sean efectivamente eso, recursos utilizados para que el hombre - reciba información que le sirva de diversión, y puedan ser com -- plementos de su educación; en fin todo lo contrario de lo que aho -- ra son.

C A P I T U L O I

DESARROLLO DEL CAPITALISMO

Para entender los orígenes del capitalismo, hemos de indicar primero lo que es un modo de producción y - segundo lo que se entiende por formación social.

"Llamaremos modo de producción al concepto teórico que permite pensar en la totalidad social como una estructura dominante en la cual el nivel económico es determinante en última instancia" (1)

"Llamaremos formación social a una totalidad social concreta históricamente determinada" (2)

De lo anterior se desprende, que el modo de producción no podemos concebirlo como una realidad práctica - sino como un concepto teórico, que nos permite entender las formaciones sociales como síntesis dialéctica de la interacción de diversos modos de producción en el que -- los determinantes de uno de estos, son los determinantes de la totalidad de la formación social.

Desde finales del siglo XVIII, el mundo ha visto -- desarrollarse un modo de producción que ha uniformado al planeta: el modo de producción capitalista. Por primera vez, una forma específica de producción se plantea como una determinante a escala mundial.

Es esta formación social nuestro objetivo de análisis y es éste modo de producción nuestro instrumental -- teórico para entenderla.

(1) HERNECKER, Marta. Los elementos fundamentales del - materialismo histórico. Edit. Siglo XXI, México 1968 P.

(2) Ibidem P. 246

Por ésta razón iniciaremos nuestra exposocóón con la clasificación de las premisas del Capitalismo.

¿Cuáles son los orígenes del modo de producción Capitalista?

En primer lugar tenemos la separación de los productores de sus medios de producción, luego se da el proceso de monopolización de estos medios en una sola clase social que origina al mismo tiempo a otra clase desposeída de todo bien y cuya única forma de subsistir en la venta de su fuerza de trabajo a quienes, - por poseer los recursos, pueden hacer uso lucrativo de ella.

"Ni el dinero ni la mercancía son de por sí capital, como - no lo son tampoco los medios de producción, ni los artículos de consumo necesitan convertirse en capital. Y para ello han de concebir una serie de circunstancias concretas, que pueden resumirse así:

Han de enfrentarse y entrar en contacto dos clases muy - - diversas de poseedores de mercancías; de una parte los propietarios de dinero, medios de producción y artículos de consumo, descosos de valorizar la suma de valor de su propiedad mediante, - la compra de fuerza ajena de trabajo; de otra parte los obreros - libres, vendedores de su propia fuerza de trabajo, y, por lo tanto de su trabajo, el régimen del capital presupone el divorcio - entre los obreros y la propiedad sobre las condiciones de realización de trabajo" (3)

Entre los antepasados directos del proletariado moderno se encuentra, la población errante de la Edad Media que ni se había incorporado a los oficios, ni se encontraba enlistada en los - - ejércitos feudales.

Población sin querer cobijarse bajo los favores del sis- -

(3) MARX, Carlos. El Capital, tomo I Edit.F.C.E. P. 608

tema feudal y sin mayor posición que su propia corporación, alquilaba su fuerza de trabajo a quien lo solicitase.

"En algunas Ciudades medievales, especialmente en Florencia, Venecia y Brujas a partir de los siglos XIII, XIV ó XV aparece un mercado de trabajo", (4) o sea que hay en estos algún lugar donde todas las mañanas se reúnen las personas desocupadas sin oficio, que no son compañeros de artesanos y que no tienen medios de subsistencia, en espera de que -- comerciantes o empresarios contraten sus servicios por una hora, por medio día, etcétera (*).

Un antecedente más cercano aún es la disolución de los séquitos feudales que se dan con la decadencia de la nobleza feudal. A fines del siglo XVIII este proceso se acelera y son miles los despedidos de las cortes que quedan completamente desprotegidos y que optan por la mendicidad o la incorporación al mercado de trabajo.

Una tercer fuente de vida del proletariado lo representa la expulsión de campesinos de los feudos en que durante años trabajaron.

Por su parte, la burguesía se gesta a partir de las formas de producción y comercialización surgidas ante la crisis de las formas feudales de producción y circulación. Así vemos aparecer ciudades, independientes que empiezan a centralizar la actividad comercial de los reinos.

La pobreza propicia el surgimiento de una casta de usureros que en poco tiempo se enriquece. Por otro lado, encontramos pequeños talleres que aprovechando los avances tecnológicos se convierten en las primeras Industrias.

(4) MANDEL Ernest. Introducción a la teoría económica marxista, Edit. Era, P. 50

(*) personas de escasos recursos económicos.

No podemos dejar de mencionar la importancia que tuvo el descubrimiento y las conquistas de América, Asia y Africa para el posterior desarrollo del capitalismo. En un principio las expediciones navieras tomaron como objetivo abrir nuevos mercados para el comercio; sin embargo, muy pronto se dieron cuenta de muchas otras ventajas que estos viajes les redituaron. Desde mediados del siglo XVIII, América y Africa se fueron insertando por completo en el engranaje de la Europa capitalista, convirtiéndose en proveedoras de materias primas y fuerza de trabajo barata, sino es que regalada, para beneficio de la naciente industria.

A pesar de lo antes mencionado, de la ampliación de los mercados y mayor producción de satisfactores, no es sino hasta que los nuevos inventos -- tecnológicos provenientes de la Revolución Industrial que se puede hablar del capitalismo tal como hoy se conoce.

En 1767, se termina de construir el primer telar "Yenny"; para 1785 se cuenta con un telar mecánico, y de ahí en adelante las máquinas que dieron surgimiento a la clase obrera y financieras la consolidación de la clase capitalista.

La sirena de vapor dió la señal para la revolución. Después de ella los transportes, las máquinas en general aprovecharán la energía, transformándola a partir del vapor. Los pequeños talleres se convierten en grandes fábricas y con ésto se llega a la producción masiva.

Los grandes inventos surgen por doquier: el fósforo en 1833, la hélice marina en 1834, el telégrafo en 1844, la fotografía en 1852, los globos zeppelin en 1853, la energía eléctrica en 1858, la lámpara de petróleo en 1860, etc...

Por cuanto a América Latina se refiere, las relaciones entre ella y el capitalismo Europeo juegan un papel fundamental en la formación de la economía capitalista mundial.

"El fuerte incremento de la clase obrera industrial y, en general de la población urbana que ocupa en la industria y en los servicios, se verifica en los países industriales en el siglo pasado, no hubiera podido tener lugar, si éstas no hubieran contado con los medios de subsistencia de origen agropecuario, proporcionados en forma considerable por los países latinoamericanos". (5)

Sin embargo, la tarea de América Latina no se redujo a convertirse en un creador de oferta mundial de alimentos, sino que a la vez configura un mercado de materias primas industriales cuya importancia crece en función del mismo desarrollo industrial.

"La oferta mundial de alimentos, que América Latina contribuye a crear, y que alcanza su auge en la segunda mitad del siglo XIX, será un elemento decisivo para que los países industriales confíen en el comercio exterior la atención de sus necesidades de medios de subsistencia. El efecto de dicha oferta será el de reducir el valor real de la fuerza de trabajo en los países industriales."

América Latina desempeña un papel significativo en el aumento de la plusvalía relativa en los países industriales. (6)

Se provoca un intercambio desigual de mercancías que los países de la periferia buscan corregir, alargando la jornada de trabajo o aumentando la intensidad de ésta, lo que produce una permanente y sistemática e incluso orgánica, super explotación del trabajo.

(5) MARINI Ruy, N. Mauro., Dialéctica de la dependencia. Edit. Era. P.21

(6) Ibidem P. 26-27.

Esta forma de inserción de los países latinoamericanos, plantea por último una cuestión más para ubicar el actual desarrollo del capitalismo mexicano.

Los países que no pudieron constituir una economía capitalista avanzada a fines del siglo XIX y principios del XX, ya no alcanzarán jamás esa condición. Al no haber un desarrollo autónomo del capitalismo, las burguesías nativas no son ni serán revolucionarias, la mayor parte de ellas surgieron bajo la protección de burguesías imperialistas y no pueden liberarse de esa protección.

CAPITULO II

La Urbanización en México

Urbanísticamente, al principio del siglo, pocas eran las ciudades que conglomeraban a importantes sectores de población. En el D.F. por ejemplo, en una superficie de 1,200 Km²., había 426,804 habitantes, y al practicarse el segundo censo en el año de 1900 la superficie ya era la actual, o sea 1,483 Km², y el número de habitantes de 540,478.

Durante el Porfiriato empieza a cambiar la fisonomía de la Ciudad de México con la incorporación de elementos que conforman el concepto urbano, dotándosele de: luz eléctrica, alcantarillado, agua potable, alumbrado público, teléfonos, pavimento, transporte eléctrico; todo dentro de un modelo Europeo producto de la influencia de costumbres y concepciones francesas de la época.

En el año de 1902 se marca el crecimiento de la Ciudad de México, con el proyecto del fraccionamiento de la Condesa, hacia el Sur - Oriente, y se procura corregir el trazo de las grandes arterias, principalmente prolongando hacia el noreste la Calzada de la Reforma.

Se proyecta además, arreglos para la Plaza de la República y sus comunicaciones, y se determina la altura máxima que deben tener los edificios respecto a la anchura de la vía pública.

En 1918 se estudió y estableció la codificación y reglamentación de las disposiciones municipales relativas a la vía pública, --- construcción de edificios, formación de colonias, etc... que son recogidas más tarde en el reglamento de construcción de la Ciudad de México aprobado en 1920. De todas maneras se carecía de un

plano regulador que permitiera un crecimiento adecuado racional y humano (7).

Desde 1960 México, conforme al criterio oficial establecido, llegó a ser un país urbano, en virtud de que más de la mitad de su población total radicaba en localidades mayores de 2,500 habitantes. Algunos investigadores han propuesto modificar esa base, formulándose sugerencias en el sentido de que se entienda por ciudad a concentraciones que cuenten entre 5 y 20 mil habitantes, dato - este último que es utilizado por la Organización de las Naciones Unidas (O.N.U.), para fines de comparación internacional, mientras que otros especialistas elevan la cifra hasta 100 mil pobladores.

La falta de oportunidades de trabajo en los estados de la República Mexicana, produjo una abalancha de la inmigración hacia la capital lo que creó la necesidad de desarrollar una magna infraestructura que a pesar de todo no ha satisfecho la demanda.

En 1963 el número de viviendas rudimentarias era, de aproximadamente de 875,000, muchas de ellas enclavadas en zonas carentes de servicios, zonas ejidales inundables, pedregales, laderas, etc., y en zonas céntricas deterioradas generando promiscuidad y una insuficiencia de servicios públicos.

Se ocuparon así, enormes extensiones que requerían de costos y programas de saneamiento y de introducción de servicios, estimándose entre el 60% y el 70% las nuevas superficies de crecimiento ocupadas para fines habitacionales. Tales áreas se poblarán en un lapso de 25 años, ante el asombro de las autoridades y el descorcierto de los especialistas.

(7) Edward E. Clamek y otros, Ensayo sobre el desarrollo urbano de México. México 1974 pp 10 y 55. Sria. de Educación Pública. Sep. Setenta # 143.

Esta forma de expansiones se generalizó porque las viviendas con alquileres reducido y situadas en el centro del perímetro urbano tiene cada vez menor capacidad dado el incremento de la población. Así por ejemplo, en la Ciudad de México existen áreas con vecindades de sólo dos niveles y densidades que llegan a 500 habitantes por hectárea, o sea que al compararse el tamaño y número de las habitaciones con las personas que alojan, se estima que alrededor -- del 80% de ellas son inadecuadas.

Otro factor que al configurar el crecimiento urbano ha impuesto patrones erróneos de ocupación del suelo radica específicamente en el sistema de transporte al no estar debidamente planificado de acuerdo a las necesidades.

El país entra en una etapa constructiva ocupacional desde 1925 a través de programas de vivienda, tanto del sector público como del privado, caracterizándose la acción de éste último por las ventajas con que cuenta, derivadas del sistema crediticio favorecidos -- por legislaciones específicas. Se requieren 300,000 nuevas viviendas cada año y regenerar en un 75% a un 80% las existentes. (8).

La zona urbana de la Ciudad de México en pocos años, ha presentado un crecimiento desmedido que se traduce en la generación de múltiples problemas. En corto plazo, han tomado magnitudes que repercuten tanto en las personas, en forma individual, como en la colectividad en general, para lo cual bástenos referirnos al Lic. Pichardo Pagasa Ignacio, uno de los estudiosos de la Administración en el país quien se expresa así:

"El área Metropolitana de México constituye uno de los más grandes retos en términos de desarrollo y Administración urbana".

(8) Ibidem, p.55

Argumentando que siendo una área de poca superficie albergue a tanta cantidad de gentes produciendo como consecuencia múltiples fenómenos porque esta área ocupa 700 Km², con una densidad de 140 habitantes por hectárea; representa apenas el 0.35% de la superficie del país, pero alberga 17.8% de la población total. En ella se genera aproximadamente el 50% de la producción industrial y contiene 46% del capital invertido total.

"La migración originada en toda la república, alcanza magnitudes - del orden de 1000 nuevos pobladores que diariamente se suman a más de 10 millones que viven actualmente en la zona!"

"Esta migración tan grande da como consecuencia la formación de zonas periféricas alrededor de la Ciudad de México que fuera del Distrito Federal, hacia el estado de México, existe una gran concentración de miseria. Circundan la capital asentamientos humanos en supuestas edificaciones que no sirven para proteger a sus propietarios de las inclemencias del tiempo". (9)

También producen otro fenómeno que es de mayor peligro para los habitantes de estas zonas, es el de la promiscuidad, porque en estas supuestas viviendas sólo son un cuarto redondo donde cohabitan más de 6 miembros de la familia y muchas veces también animales domésticos.

¿Porque? "por cualquier lado que se pretenda salir de la Ciudad de México hay muestra de éstos 'cinturones', sin embargo, los Municipios de Naucalpan y Ecatepec y las zonas conocidas como IV y V de lo que fué el Vaso del Lago de Texcoco, concentran el mayor número de ejemplos y los problemas más agudos.

Estas zonas se forman en supuestos fraccionamientos sin los más -

(9) Pichardo Pagaza Ignacio, Administración Pública y Desarrollo Urbano 1975. Ponencia presentada en la Reunión Anual de Administración Pública.

elementales servicios. "Colonias nacidas de la noche a la mañana y en general con características de un crecimiento urbano anárquico (10)."

En los cinturones de miseria la situación ha tomado un sesgo diferente al de las ciudades perdidas pues en éstos la mayoría de sus habitantes, procuran tarde o temprano, la regularización y legalización de su pedazo de terreno, exigen que se urbanice su colonia, que se hagan efectivos todos sus servicios que pueda necesitar --- cualquier ciudad.

En la periferia los habitantes en su mayoría son trabajadores, especialmente obreros y empleados menores de la burocracia. Sus familias caen en constante lucha contra el medio ambiente y las autoridades.

El problema básico de la zona circundante a la capital en el extremo oriente de la capital es el fraude. A raíz del surgimiento de Ciudad Netzahualcóyotl aparecieron "Fraccionadores por todos lados, frecuentemente sin autorización legal, sin ser dueños de los terrenos, sin posibilidades de urbanizar, pero siempre ofreciendo lotes baratísimos"(11).

La zona investigada se encuentra precisamente enclavada dentro de Ciudad Netzahualcóyotl. En una de las colonias que primero se formaron y de ahí uno de los intereses para su estudio. En ella se -- dan todas las características antes descritas y soy testigo de las luchas que libran sus habitantes en contra de los fraccionadores y de las autoridades. Estas personas se empeñan principalmente en tener un lugar propio, ya que no hay que olvidar que la mayoría son provincianos acostumbrados a tener un pedazo de tierra, gente de escasos recursos, cuyas penalidades no terminaron el día en que salieron de su poblado de origen en busca de mejores oportunidades.

(11) IBIDEM p.

de vida y cuya falta de preparación los hace fácil presa de los fraccionadores fantasmas.

Todos los días se libra una batalla por la supervivencia, se lucha palmo a palmo por un pedazo de tierra donde vivir.

En los nuevos fraccionamientos el timo no dura mucho tiempo y en los últimos meses de 1973 se agudizan las tensiones sociales a -- causa de éste problema.

Los colonos decidieron reivindicar sus derechos. Aparecen numerosas agrupaciones, legítimas algunas, superficiales, endebles ---- otras.

Los tímidos que recurren a las autoridades manifestaron públicamente sus protestas y exigieron el castigo a los timadores, pero aparte de aplicarse el procedimiento penal del caso, nada pasó -- que pudiera cambiar la situación.

Las autoridades en el Estado de México formaron un Organismo Oficial "El programa de Regeneración Integral de la Zona de Oriente " (PRIZO), cuyo propósito era resolver el problema generado por la formación de los conglomerados improvisados.

En mayo de 1973 se logra instalar algunos servicios elementales - en unos cuantos lugares de la zona Oriente, sin embargo, quedaron fuera de los beneficios las colonias más cercanas al ex-vaso de - Texcoco. "Pero seguira la carrera contra la urbanización, más inmigrantes, más fraccionadores y colonias, mas exigencias, más promesas y cuando mucho más obras públicas que sólo serán paliativo de un problema Nacional. (11)

(11) IBIDEM p. 27 y 55

" El fenómeno Netzahualcóyotl, fué resultado del concurso de muchas otras circunstancias, entre las cuales destaca la escandalosa especulación y explotación con los lotes de terreno, sin o -- con escasos servicios, realizada con varias decenas de Km² de terreno plano, salitroso e inhóspito del ex-vaso, entre la calzada Ignacio Zaragoza y el bordo de Xochiaca.

"El negocio, llevado a cabo por varios fraccionadores, tuvo su - apogeo de 1960 a 1970, período en el cual la población pasó de - 65,000 a 650,000 habitantes y el precio del metro cuadrado de terreno ascendió hasta un promedio de 163 pesos" (12)

Este fenómeno no tiene precedente en la formación de zonas marginales en América Latina en cuanto al volumen de población alcanzado y el ritmo de su crecimiento. (13)

El desarrollo urbano expresa el carácter del capitalismo periférico al constituirse exclusivamente a empresas constructoras, -- fraccionadoras, fábrica de materiales de construcción, bancos inmobiliarios, empresas automovilísticas y un grupo reducido de altos funcionarios públicos.

(12) IBIDEM pág. 27 y 55

(13) IBIDEM pág. 27 y 55

C A P I T U L O III

LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA DENTRO DEL CAPITALISMO

Para poder ubicar a los medios de comunicación masiva dentro del proceso histórico del capitalismo, es necesario referirnos a los -- analistas de este fenómeno, quiénes aseguran que es dentro del proceso de producción capitalista donde los medios de comunicación -- guardan un papel preponderante y esto ocurre precisamente en la segunda fase de la producción capitalista. Es decir, si partimos de -- que la producción capitalista se divide en dos fases: la primera -- en donde existe el capital y la producción de las mercancías, y una segunda, donde la mercancía tiene que ser vendida para que exista -- la realización de la plusvalía, aquí es donde intervienen directamente los medios de comunicación masiva como el vehículo del cual -- se vale el capitalista para acelerar la venta rápida de su mercancía -- y por ende la obtención más rápida de ganancias.

Así es como Assman señala : "Todo proceso comunicativo y especialmente los medios de comunicación, sólo puede ser analizado como parte integrante del proceso global de producción y reproducción de la existencia, dentro de una formación económica social determinada". (1)

Por su parte, Gandasegui dice: "Los medios de comunicación son -- vehículos que sirven al proceso productivo. Es a través de la información, la comprensión y la coordinación como los niveles de producción pueden elevarse; así mismo la capacidad y la intensidad del --

(1) Assmann Hugo: "Evaluación de algunos estudios latinoamericanos sobre comunicaciones masivas" ponencia presentada en el XI Congreso Latinoamericano de Sociología, San José, 1974 A. 4. Pág. -- 1 y 55

trabajo son influenciados directamente. En toda sociedad, la comunicación tiene como tarea inmediata elevar la producción, facilitar el intercambio y mejorar la calidad del producto". (2)

Porque además, se tiene "la necesidad de convencer al público de lo que es malo o bueno, de aquello que es bello y feo y, también de lo que es necesario o innecesario, con el fin de realizar la producción". (3)

A diferencia del proceso de producción, la comunicación no produce nuevos valores. Su costo es absorbido por el producto.

"El tiempo de circulación y el tiempo de producción anota Marx, se excluyen mutuamente, mientras circula el capital no funciona como capital producto, ni produce por tanto mercancías ni plusvalía. (4)

La circulación es un proceso que tiene un costo. Acostar ese -- período contituye un ahorro significativo, ya que no genera plusvalía. Los medios de comunicación, en una sociedad que se caracteriza por la producción de mercancías, se encuentra al servicio de la rápida realización de la plusvalía . (5)

La expansión y la contracción del tiempo de circulación actua -- como traba negativa sobre la contracción o la expansión del tiempo de producción, o del plazo durante el cual un capital de determinada magnitud funciona como capital productivo.

Cuanto más se reduzca a cero o tienda a reducirse a cero el tiempo de circulación, más funcionará el capital, mayor será su productividad y su auto-valorización. (6)

(2) GANDASEGUI MARCOS A., Estructura social y medios de comunicación masiva, Casa de las Américas, mayo-junio 1976. P1 y SS

(3) IBIDEM. P.

(4) KARL MARX. El capital, México, Fondo de cultura económica, tomo III.

(5) GANDASEGUI MARCOS A. Ob.Cit.P.

(6) MARX KARL, Ob.Cit. P.111

Marx agrega, para ser más preciso, que: si el capital trabaja - por encargo, sobre el producto en el momento de entregarlo y se le paga en sus propios medios de producción, el tiempo de circulación - se acercará mucho a cero". De tal manera que el comunicador se convierte en un agente de circulación, de la circulación más rápida --i y cuyos medios se encuentran íntimamente relacionados con los niveles de desarrollo alcanzados por el proceso de producción. La comunicación, al igual que otros factores transporte, almacenamiento, crédito , etc.- constituyen el costo necesario para transferir la forma mercancía a la forma dinero. (7)

El crecimiento económico que implica todo proceso de producción - demanda, en forma constante, la inversión de más capital. El resultado inmediato de esta situación es la creciente producción de bienes - es decir, el mercado se ve atiborrado con más productos en forma - - permanente. (8)

Con motivo del creciente número de productos que invaden el mercado, es necesario aumentar la capacidad consumidora de la población y/o de los productores. El círculo de compradores debe crecer para - absorber esta producción. Los mecanismos que aseguren este consumo - y la dirección que asuma el mismo se deben preparar debidamente. La producción, cada vez mayor, no debe permitir la acumulación excesiva o la no realización de la misma. (9)

De igual manera, al asumir nuevas dimensiones el productivo, los mecanismos que aseguran la realización de la producción también

(7) IBIDEM. P.

(8) GANDASEGUI MARCOS A., Ob.Cit. P.

(9) IBIDEM. P.

deben aumentar. Los medios de comunicación que sirven para apresurar una realización crecen en la misma proporción que la producción capitalista.

Al asumir la producción formas masivas centros industriales, concentraciones de capital, sistemas complejos de transporte, y en cuanto se observa una masificación en todo lo que se refiere a la circulación de los productos y su almacenamiento, el mercado responde a esa producción.

Este proceso masificador genera, necesariamente medios masivos de comunicación. El control del sistema y su debida realización requiere de un aparato de proporciones gigantescas capaz de proyectar mensaje en forma simultánea y permanente. El desarrollo de los medios masivos de comunicación responde precisamente al proceso productivo y su rápido crecimiento. El proceso de masificación implica la incorporación "total" de productores y consumidores en una sola red de relaciones. Esa "red" se encuentra articulada por los medios masivos de comunicación. (10)

Los medios masivos de comunicación se convierten en instrumentos indispensables para la realización de la producción, porque esta regula su uso.

Al desarrollarse la producción capitalista, su escala es determinada en grado cada vez mayor por el volumen del capital de que dispone el capitalista individual, por el impulso de valorización de su capital y por la necesidad de la continuidad y la extensión de su proceso de producción.

(10) IBIDEM. p

Con ello crece necesariamente en cada rama especial de la producción, la masa de productos que aparecen en el mercado bajo forma de mercancías ó - en busca de compradores. (11)

La urgencia de conseguir compradores se convierte en una acción necesaria del proceso de producción. El acondicionamiento del consumidor quien debe demandar lo que se encuentra en proceso de producción, -- forma parte intrínseca del sistema capitalista. (12)

Es así como comienza la canalización del individuo a comprar -- productos que le son presentados como satisfactores de deseos creados.

"El crecimiento de la producción, fase fundamental en el proceso productivo capitalista, establece una condición necesaria para el consumidor. El crecimiento del número de compradores es consecuencia inmediata del aumento de la producción. Los medios masivos de comunicación -- sirven de vehículos para hacer posible este conocimiento en la demanda. El consumidor se convierte en una presa sobre la cual caen todos los productores, quienes, además, tienen que estar en condiciones de satisfacer esta demanda en forma inmediata para poder conservar una posición de ventaja dentro del mercado. Según Marx, "las existencias de mercancías deben tener el volumen necesario para satisfacer durante un determinado período las necesidades de la demanda. Para ello, se cuenta con una extensión constante del círculo de compradores", (13)

Es decir en la medida que se aumenta la producción de nuevas -

(11) MARX K. Ob. Cit. , P. 128

(12) GANDESEGUI MARCOS A. Ob. Cit.

(13) MARX K. Ob. Cit. 130

mercancías surge la necesidad de expandir el círculo de compradores y para ello cuentan con uno de los aparatos más poderosos de la creación humana, los medios de comunicación masiva.

Esta extensión constante del círculo de compradores tiene que ser impulsada y debidamente orientada. Los medios masivos de comunicación sirven a este propósito. Es a través de estos medios, como el nuevo consumidor es educado y adiestrado en las formas más aceptadas socialmente de consumir. El consumo en masa se convierte en una necesidad creada por el proceso masivo de producción y se encuentra debidamente orientado por los medios de comunicación. (14)

Puesto que su penetración auditiva o visual abarca los aspectos más importantes de la conducta humana que recibe, toda esta clase de penetración y conducción, convierten al hombre en un autómatas sin poder de decisión consciente.

"La aceleración del proceso de circulación constituye, como consecuencia, una de las finalidades fundamentales del capitalista. Este proceso ha de ser rápido para poder completar el período productivo y realizar la plusvalía. El tiempo de circulación del capital limita, en términos generales, su tiempo de producción y, por consiguiente, su proporción a lo que dura". (15)

La forma de utilización de los medios de comunicación están infinitamente relacionados con los medios de producción, porque los medios de comunicación son el vehículo para la rápida venta de la producción existente.

(14) GANDASEGUI MARCOS A. Ob. Cit. P.

(15) MARX KARL, Ob. Cit. III.

"La comunicación, de hecho, apresura la realización de la producción a dos niveles distintos e independientes. En la fase productiva, propiamente como tal, se acondiciona un mercado y una masa consumidora.

Además, a otro nivel, la comunicación apresura o da impulso especial a la circulación de los productos que por motivos ajenos a la voluntad del capitalista se encuentran almacenados. La expansión de la -- producción tiende a crear una masa de mercancías en esta última situación. Mientras exista como capital mercancías o permanece en el mercado, mientras se encuentra en el intervalo entre el proceso de -- producción de que procede y el proceso de consumo a que se destina, el producto es mercancía almacenada". (16)

Las ofertas son el síntoma de falta de circulación de la mercancía, es por ello el uso de "los carteles exhibidos en los sectores comerciales, que anuncian alguna venta especial o extraordinaria, son un reflejo de esta situación, en que gran número de mercancías se --- encuentran almacenadas y frenan el círculo completo de producción. Los anuncios de baratillos son formas de anunciar que el capitalista (comerciante) tiene que reponer su inversión o salirse del mercado".

(17) "Cuando el capitalista ha convertido su capital desembolsado para adquirir medios de producción y fuerza de trabajo en productos, en una masa de mercancías lista para la venta, y esta permanece in- vencible en el almacén, se paraliza el proceso de valorización de su capital durante este período". Los medios de comunicación son instru- mentos que agilitan este proceso e incluso, pueden evitarlo. (18)

"La comunicación, dentro del sistema capitalista, es un medio genera- lizado que se hace imprescindible para la realización de la plusva-- lía. Es un medio que ha existido siempre en toda sociedad en que los hombres han tenido que intercambiar ideas o mercancías. Sin embargo, en el sistema capita

(16) GANDASEGUI MARCOS A., Ob. Cit. P.

(17) GANDASEGUI MARCOS A., Ob. Cit. P.

(18) MARX K. Ob. P. 129

lista como se ha tratado de demostrar, el valor de uso sólo se realiza con su consumo, y los medios masivos de comunicación aseguran una mayor velocidad al proceso productivo". (19)

"El acceso a los medios de comunicación está en función de la posición social que se ocupa en una estructura social cualquiera. La masificación de los medios de comunicación no significa, sin embargo, el acceso masivo a las formas de decisión. La masificación de los giros idiomáticos de la educación, de la cultura, sigue un proceso dirigido, con el fin de realizar la producción social. Incorporarse a las formas de comunicación masiva, no significa dominio sobre los medios masivos.

Los medios de comunicación se encuentran determinados por el tipo de sociedad y por el nivel de desarrollo alcanzado por la misma. Si las características fundamentales de la sociedad son las de producir industrialmente, sus necesidades al nivel de la comunicación responderán a esas formas -- y necesidades de producción. Las materias primas, los insumos, las maquinarias, la mano de obra, la dirección, los medios de transporte, los mercados, el consumidor, el sistema de financiamiento y muchos otros factores se encuentran implícitos en la producción industrial. En toda sociedad pueden darse formas de producción industrial. Sin embargo, la sociedad capitalista es la primera que logra industrializar la sociedad como un todo (20)

La distinción es fundamental, ya que el capitalismo mercantil se -- caracteriza por la circulación de mercancías. El capitalismo industrial se -- especializa en la producción de bienes y en la extracción de plusvalía a la masa trabajadora. Sin embargo, este proceso productivo demanda un enorme -- desplazamiento de materias primas, de combustible, y, también de mano de o-

(19) GANDASEGUI MARCOS A. Ob. Cit.

(20) IBIDEM.

bra. Es en esta instancia que los países subdesarrollados encuentran su especialidad y se hacen indispensables para el desarrollo del capitalismo industrial.

Los medios de comunicación en la etapa inicial de su relación con el desarrollo industrial (su propio subdesarrollo), sirven de eslabones en el sistema de información que acelera el proceso productivo. La circulación de materias primas se convierte en la razón de ser de los medios de comunicación en la segunda mitad del siglo XIX en Latinoamérica.

Los medios masivos de comunicación nacen como una red mundial de información con centros en Londres y Amberes. Primero se constituyó el sistema global, con puntos (o postas) distribuidos en todo el planeta, cuya misión era enviar y recibir mensajes relacionado con la circulación de las materias primas. Su función fue modificándose paulatinamente con la realización de la plusvalía.

Los medios de comunicación en el sistema capitalista realiza la circulación de la plusvalía - se limitan y se concentran en las áreas donde se desarrolla un mercado que implica la existencia de una masa asalariada consumidora. Aunque también puede surgir en forma especial entre una masa de pequeños productores agrícolas. Los medios masivos de comunicación se desarrollan en la misma medida en que avanzan las formas de producción. El mensajero humano es reemplazado por el telégrafo y éste, a su vez, por el cable; posteriormente, por los sistemas inalámbricos de la radio y la televisión, y, luego, por los satélites.

Los medios masivos de la comunicación, en la forma en que los hemos analizado corresponden a una forma de producción que ya ha alcanzado el capitalismo. La comunicación en función del tiempo que se ahorra en la realización de la plusvalía es propia únicamente del sistema capitalista. La comunicación en otro tipo de sociedades responde a otras necesidades, y por tanto, tiene otras formas.

Hemos determinado para qué sirven los medios de comunicación. Corresponde ahora examinar quienes son los beneficiarios de los medios de comunicación. Estos responden a las necesidades de los dueños de los medios de producción, que tienden a acortar el período - del tiempo que toma el ciclo de producción. Es fácil apreciar que - los medios masivos de comunicación son para una clase social y sirven los intereses de la misma (21).

"Históricamente, los medios de comunicación en el sistema capitalista han dejado de ser preponderantemente vehiculos de información -- que determinan buenas inversiones de capital, para transformarse en medios eficaces que orientan los gastos de los salarios. Esto no -- significa, sin embargo, que la primera y original intención mencionada pierda su validez.

En un medio masiva como la prensa (también en la radio y sobre todo en la T.V.), la orientación va dirigida al consumidor. Se le introduce, desde muy temprana edad, a los bienes de consumo masivo. Mas importante aún: se socializa al consumidor de manera tal que considere su conducta como natural, e incluso, racional. (Las series de aventuras, los programas vivos y también los noticieros, glorifican la sociedad de consumo y todas sus irracionalidades). (22)

(21) Gandasegui Marcos A. O.C.P.

(22) IBIDEM.

C A P I T U L O I V
LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN EL CAMBIO SOCIAL

Al hacer un recuento histórico de la participación de la comunicación en el proceso evolutivo de la humanidad, nos lleva a referirnos al hecho de que "durante un millón de años, el hombre sólo pudo comunicarse mediante el lenguaje hasta el alcance de sus órganos sensoriales y organizar, en consecuencia, una estructura social limitada y simple, de muy lenta evolución, dando como resultado que generaciones después, tres culturas inventaron la escritura de modo independiente: Mesopotámica, China y Maya; hoy, dos tercios de la humanidad sigue analfabeta, mientras que otro tercio experimenta ya el desarrollo de técnicas de comunicación que rebasan los sueños más atrevidos de hace apenas cien años." (1)

Este desarrollo de la humanidad se ha visto transformado porque en el cambio de vida de ésta han encontrado un lugar la revolución de las comunicaciones.

En efecto, esta época se caracteriza esencialmente -- por la presencia de la revolución de las comunicaciones masivas, provocada por la investigación científica y cada vez más creciente y rápida aplicación tecnológica: "tuvieron que pasar 112 años, de 1727 a 1839 para comercializar el invento de la fotografía.

(1) MENENDEZ ANTONIO, "Comunicación social y desarrollo", UNAM, MEXICO 1977 P. 141.

"Dando como resultado el rápido control de los medios de comunicación por parte de la burguesía, quien prevee que los medios de comunicación electrónicos - radio, cine y T.V.; y la influencia de éstos en muchos medios impresos, por ejemplo, foto -- novelas, historietas y cómics- el hombre ya no es dueño de su acción, pues la influencia de tales medios de comunicación masiva, ejercen un vigoroso proceso de condicionamiento reflexológico -- que le imposibilitan su autocontrol y por lo tanto el ejercicio de su libre albedrío".(2) Es decir, el hombre va siendo convertido en autómatas fáciles presa para su control y condicionamiento de sujeto de consumo.

¿Es aún posible rescatar al hombre de proceso de información y comunicación atropellada, compulsiva, deshumanizante, que puede deformarlo-hacerlo mutar- en forma irreversible? (3)

Porque "según análisis en niveles profundos, lo verbal - padece descrédito irreversible, sólo se cree en las imágenes filmadas y televisadas, que han pasado a constituir el mundo real - de los individuos masa receptores del proceso de la comunicación social". (4)

Porque "se ha creado un proceso también irreversible de transformación de la estructura mental y de la conciencia del hombre, principalmente de las generaciones jóvenes, quienes por esto, entre otras razones, ya no parecen entenderse con las generaciones anteriores, ni participar de su misma problemática. No es la lucha intergeneracional que pudiéramos llamar norma, - repetida a lo largo de la historia, sino que ahora existe un abismo entre los hijos de la televisión y los hombres que se formaron al influjo del cine y de la radio, lo cual sólo no pueden percibirlo quienes no desean ver".(5)Y que se muestran reacios a reconocer que esta influencia ha cambiado los valores de esta sociedad decadente

(2) IBIDEM P.142

(3) IBIDEM P.144

(4) Seat Cohen y Fougeyrollos, La influencia del Cine y la T.V., México FCE, Breviario de cultura. P.18

(5) IBIDEM P.144

"Para calificar la comunicación, es necesario precisarla habiendo por ejemplo de la 'comunicación de masas'. Esta expresión, sin embargo, sigue siendo ambigua, ya que puede entenderse en dos sentidos distintos, aún cuando muy a menudo se confundan. Se pueden prever los medios de una comunicación masiva, es decir, que llegan a una masa considerable de receptores individuales, o bien se quiere decir que los medios de información dotados de una amplia difusión ya sea la prensa, la radio, o la televisión, tienen efectos especiales específicos de 'masificación' de sus públicos". Pero en ambos casos la influencia y las consecuencias son y van encaminadas hacia el centro del individuo y de la sociedad.

Decir que las comunicaciones de masas son a la vez masivas y masificantes, equivale a postular dos clases de efectos, cualitativos, y cuantitativos de la comunicación social". (6)

En esta dirección "se abre un abismo cada día mayor entre la educación formal, la escuela, la familia- y la educación real, impartida no deliberadamente por el sistema de comunicación social, tanto en su contexto general cuanto en la publicidad comercial específica. Se calcula que un niño adolescente promedio pasa el doble o más del tiempo ante la radio, cine y/o televisión, que ante el pedagogo o profesor formal. Además los grados de atención, penetración y credibilidad real que logran los medios masivos, resultan infinitamente superiores a los del maestro, prácticamente desvalido de técnicas y medios audiovisuales, y en franca desventaja ante éstos. "(7) A tal grado ocurre lo anterior que es posible decir que un alumno tiene mayor información que su propio maestro, lo que implica este cambio de medio de comunicación de la escuela a los medios masivos, va ha expresarse en el nivel de -- los valores.

De tal manera que los valores tradicionales entran en crisis --

(6) Gerard Lagneau. "Pública y Propaganda y Cultura", ponencia presentada ante la comco de, México, 1970Pág. 2.
(7) MEMEMDEZ ANTONIO Db. Cit. Pág.146.

porque el hombre-masa, principalmente joven, no cree en ellos. Así han quedado los mitos cívicos religiosos aparentemente respetados, intocados, pero inoperantes sin valor ni significado semántico. Ajenos a la realidad contemporánea, destruidos inadveridamente por los medios de masa, cómics, radio, cine y televisión. La juventud llega al nihilismo, a un cierto desaliento sin darse ni tomar en cuenta los valores otrora sagrados: divinidad, familia padres, propiedad privada, jefes o patrón; y otras figuras de autoridad en el campo político como las de estado, patria-ni sus símbolos usuales; himno, escudo, bandera-; gobiernos partidos políticos, universidades, iglesia, presidentes, primeros ministros, directores, rectores, policías o soldados que las juventudes sienten como basura ideológica principalmente en los países industrializados, que ejercen un fuerte efecto-demostración en las juventudes de los países periféricos. (8)

Por el contrario, existen en la juventud una confusión con respecto a cual son o serán los verdaderos valores de esta sociedad, muchas veces en esa búsqueda se pierden o sufren un ultra radicalismo en donde todo lo que suene a normas, leyes y valores lo rechazan, y como la propia sociedad no brinda nuevas oportunidades ya no digamos de trabajo sino de participación político social democrática, sino la dosis de represión contra la población trabajadora en general se multiplica, y vienen los suicidios y la contra-violencia.

"La conducta de los jóvenes preocupa, confunde y desespera principalmente a quienes formados en patrones culturales clásicos, rígidos, tienen como paradigma 'los valores eternos', los arquetipos inmutables que, según ellos pudieron, pueden y podrían hipotéticamente haber resistido las grandes revoluciones universales - que han creado y seguirán creando la historia. Por ejemplo, ayer - la palanca, la rueda, la máquina de vapor y el telar; las tres magnas teorías de liberación humana y social: el Psicoanálisis, la -- plusvalía, y de la teoría de la relatividad; hoy la comentada revolución electrónica de las comunicaciones y en un cercano mañana, --

(8) IBIDEM.

la de la automatización total o casi total por energía nuclear, magnética y otras; y la posibilidad de liberarnos del trabajo físico, - al asalto al espacio, etc... "También es posible que cuando estos -- nuevos valores estén dando forma y fondo al nuevo ser, surjan nuevas formas de revolución de estos valores, que ahora vemos tan grandes y tan increíbles.

"Así, ciertos adultos Inmaduros abominan de la actuación - juvenil contemporánea, que ha puesto en jaque a todos los valores aceptados rígidamente, como lo único 'bueno' por los adultos, y ha colocado a éstos al aire, sin elementos ideológicos de sustentación capaces de justificar racionalmente el motivo de sus acciones". (9) Y que sólo obligan al joven a delinquir a sufrir frustraciones y canalizar todo su potencial hacia la violencia, como única salida, como -- forma de escape.

"Ahora bien, los defensores y empresarios de diarios, revistas, radiodifusión, cine, T.V., se autocalifican como servidores leales y aun salvadores de la humanidad, benefactores sociales, víctimas en cierto modo de la Incomprensión o de la Ingratitud, ignorando su cualidad de:

- 1.- Exponer el mal y la corrupción:
- 2.- Salvaguardar la preciada libertad de expresión:
- 3.- Al llevar las primeras luces de la cultura a millones de seres, protegen la salud pública e incluso -- aumentan la longevidad en las sociedades pre-industriales;
- 5.- Mantienen informados de los eventos nacionales y mundiales en el momento mismo en que ocurren;
- 6.- Elevar el nivel de vida al insistir en la adquisición de satisfactores, cuyo consumo estimula y fortalece el sistema económico. (10)

(9) IBIDEM. P. 147

(10) MEMEMDEZ ANTONIO Ob. Cit. P. 151

MacLuhan lo confirma con su esquema, sobre todo en el paso de las tres etapas históricas fundamentales de la humanidad, configuradas respectivamente por la revolución alfabética, la revolución tipográfica y la revolución electrónica. Hoy, por ejemplo, el hombre alfabetizado de Occidente, aún el supuestamente intelectual, se sabe inerte y mudo ante el impacto aminoroso y fascinante de la electrónica y sus productos derivados: la imagen teledifundida, la cultura de masas, a la que pretende ironizar o despreciar, a la que en verdad desconfa y teme por desconocida y ajena". "Por eso mismo, los hijos de la televisión y la cibernética no entienden los racionales y lógicos argumentos que emplean las figuras de autoridad". (11). Por que ya se dió un cambio de valores -- muy bien cimentado a través de la penetración de que son capaces los medios de difusión masiva.

Con el control de los medios de difusión la burguesía por medio de --- ellos realiza la propagación de los modelos culturales que se efectúan de arriba a abajo: un poder animado por la voluntad de desarrollar un país, robusteciendo su cohesión, tiene fuerza suficiente para imponer de sí mismo y se derraman hasta los escalones más abajo de la escala social. (12)

"... MacLuhan pretende ver en el inicio de la radiodifusión, uno de los factores que precipitaron o aceleraron al menos la gran guerra -- del 39, provocada por el nazifacismo lo mismo que, la era atómica y el clima de inseguridad en que vivimos.

Dirigiendo la mirada en tomo propio, cree advertir en la televisión al instrumento fascinante que al preveer al ojo humano de una ventana al tiempo y al espacio de modo inmediato y permanente, ubicuo y simultáneo, ha provocado un fenómeno del que no acabamos de percatarnos, no de todos sus resultados, consecuencias, significados e implicaciones". (13). Y estas serán más palpables, en la medida en que la generación de la T.V., vaya ocupando los lugares de dirección de esta sociedad.

(11) IBIDEM P. 153 y 154

(12) Gerard, Lagman, "Publicidad, Propaganda y Cultura". Op. Cit. P.5

(13) Correspondencia del doctor MacLuhan con el autor, en tomo a Comunicación y Desarrollo The Medicem is the mesage, Sphere books.

"Las Innovaciones Inminentes, enunciadas por Wels durante la Conferencia Mundial de Comunicación para el Desarrollo, nos acercó al prodigioso Centro de Comunicaciones del hogar 'HMECOM', unidad que ya ofrece en una consola todos los servicios de comunicación y reproducción Imaginables: computadora electrónica, radio en A.M., F.M. estéreo y onda corta; Teléfono-visión, impresión fac similar de mensajes personales o diarios y revistas; televisión -- por cable o antena y cartuchos de audio y video; acceso a bancos mundiales de datos, transmitidos por satélite, que nos permitiría solicitar y obtener información específica en tiempo real." (14) Además es posible prever que aún serán más las innovaciones que se guirán surgiendo dentro del campo de las comunicación cosas aún no señaladas por la mente humana.

Porque "los hijos de la televisión son muchos más serios que los de cualquier otro momento humano, precisamente porque el nuevo medio convierte al espectador en parte del proceso total de la comunicación: en parte del canal, del medio y del mensaje, automatizándolo, restándole, parte de su propio albedrfo individualista y fortaleciendolo, restaurando su sentido universalista y sus impulsos de solidaridad, socialización y comunitarios." (15) Esto habría que esperar los resultados porque, es posible que esos resultados esperados sean precisamente todo lo contrario porque no hay que olvidar que cuando se pierde el libre albedrfo no es precisamente que se vea restaurado su sentido universalista o sus impulsos de socialización y comunitarios sino más bien van perdiendo todo sentido de solidaridad humana porque se puede decir, que se van acostumbrando a toda clase de atrocidades que se comentan a diario en el mundo.

Quizas en algo haya ayudado estos avances en las comunicaciones en "la traslación del esfuerzo del aprendizaje por reiteración y recordación ha acrecentado otras capacidades de la mente colectiva hasta entonces dormidas, y que reemplazan a la memoria como un mero auxiliar de la inteligencia y no como su mejor expo--

(14) MENENDEZ ANTONIO, Ob. Cit. P. 156 y 157

(15) IBIDEM., P. 158-9

nente. Así, hoy los niños realizan mejor las siguientes funciones de la mente: seleccionar, intercomunicar, recordar, reconocer, abstraer, clasificar o subdividir, recombinar y aplicar elementos de información ;lo que a su vez favorece su capacidad individual y colectiva para realizar los procesos, ya indispensables en la civilización contemporánea, de generalización, de abstracción y teorización, de síntesis y de previsión o anticipatorios". (16)

Todo lo anterior solo se podrá comprobar en la medida en que se pueda medir y analizar la verdadera valfa de esta influencia en generaciones posteriores a los hijos de la televisión para definir la responsabilidad social de la televisión, en México o en cualquier parte del mundo, debemos partir de ciertos postulados generales.

Concebirla y declararla exenta de aproximaciones o enfoques sustitutivos, emanados del rechazo o no aceptación de la nueva realidad electrónica, la televisión es, existe. No es literatura, ni teatro, ni cine, ni radio, ni revista, ni cartel. (17)

La T.V. es quizá, el cambio más importante que ha existido desde el renacimiento, pero este como todos los cambios tienen que dar lugar a una serie de transformaciones, en la forma de pensar y de ser de los humanos, para que luego se vean los resultados positivos, solo que su uso es lo cuestionable, porque mientras sirva a un propósito definido o esté en manos de la burguesía, será una poderosa arma en contra de la misma humanidad.

"Es posible también decir que es necesario ubicar correctamente a la televisión como parte del subsistema educativo informal (diarios, revistas, historietes, radio, cine, etc.), que en su conjunto ofrecen el 85% de la información de la educación y la cultura, elementos básicos del desarrollo humano." (18) --

(16) ANTONIO MENENDEZ Ob. Cit. P. 159

(17)

(18) MENENDEZ ANTONIO, Ob. Cit. P. 160

Porque no hay que olvidar que los niños de hoy tienen de los medios de comunicación, un panorama de información más amplio que el que tuvieron las generaciones anteriores que les permite tener nuevos parámetros para ubicar y valorizar en otra forma su medio ambiente. "Es necesario, entonces, pensar en un sistema nacional de comunicación social, que corresponda otros medios masivos. (19) Pero sin olvidar que este debe ser verdaderamente adecuado a la idiosincracia y a las necesidades del país, por que es necesario el que "debamos analizar el impacto y consecuencia del hecho de que millones de hombres dediquen su tiempo libre en México el promedio es de cuatro horas por televidente al día, -- producto final de todo el proceso de desarrollo científico, tecnológico, industrial y social, frutos a su vez de esfuerzos comunitarios, a contemplar, participar y fundirse en espectáculo que puede degradarlo o elevarlo, exaltar sus mejores cualidades, impulsos generosos o bien gratificar sus instintos primarios más negativos. (20)

(19) MENENDEZ ANTONIO, Ob. Cit. P. 161

(20) IBIDEM. P. 160

Esto es lo importante, buscar la forma de cómo controlar las posibles consecuencias de esta influencia negativa, cuando - es utilizada en forma contraria, ese mecanismo de penetra -- ción tan poderoso como es la televisión.

"Debemos finalmente, fijar la responsabilidad insti -- tucional y personal de quienes hoy-idean, codifican, emiten o permiten la difusión de los mejores de la televisión; y a -- quienes determinan, o influyen en sus objetivos, políticas, métodos, programación, publicidad y reglamentación relativa". (21) Y si es posible buscar su completo control por parte -- del gobierno o manejado por las autoridades educativas del - país, bien sea la UNAM o instituciones educativas. "Dichos - cambios sociales o desarrollos históricos deberán ser planea -- dos, programados e implementados de necesidad, con criterios políticos y técnicos cuidadosos y realistas, si no se quiere que por efectos de más crítica, los impulsos masivos para - modificar las estructuras y procesos tendientes al inmovili -- mo, a lo estancado que es decir a lo estático, se pueda de -- llevar a cabo en forma atropellada, caótica o destructiva y por lo tanto frustrantes, por individuos o inoportunos en -- frentamientos a las élites que, de no ser debidamente intere -- sadas o integradas en el esfuerzo total, pueden volverse fac -- tores fuertemente negativos. (22) "Causantes directos de la formación de fenómenos, hasta ahora no registrados, pero que pueden marcar la pauta para más violencia.

(21) IBIDEM P. 161

(22) IBIDEM P. 162

"No es ni puede ser igual, haber logrado el desarrollo de las sociedades europeas o de sus extensiones, Australia, Canada o Nueva Zelandia y la propia de las E.U., a partir de la revolución industrial, que acometer la tarea con vistas a satisfacer la necesidad aguda y exacerbada de naciones nacidas hace 150 años, y hoy con masas en explosión demográfica, de pauperizada e inconscientes de que el desarrollo es fruto del ahorro y de su aplicación a inversiones indispensables y solo productivas a lo largo de o mediano plazo. (23)

"A medida que las élites o minorías suben al poder, - tratan de gobernar su sociedad en beneficio de todos sus integrantes. Pero por el hecho de ser élites pierden pronto el contacto con las masas. A medida que la élite se aleja de las masas, ya no puede gobernarlas en forma efectiva; pierde la fe de dichas masas y hay una circulación cerrada o exclusiva de la élite en complementada a la sumo por un grupo de personas - llamadas con frecuencia contra élites o sean los intelectuales entre los que se encuentran escritores o eruditos, (24) "Pero aún estas personas pueden quedar aisladas de la población total al dar la pauta a seguir para el buen uso de los medios de comunicación.

"Por virtud de lo anterior los pueblos no desarrollados afrontan fuertes desequilibrios entre su volición (deseo - consciente) y sus logros objetivos, exacerbados por el efecto de demostración del sistema de comunicación social, que muestra de continua la vida de gente ideal: feliz, sana, que goza de superior nivel de vida, con tan abundante comida, también alimentada, que necesita tomar constantemente digestivos y antiácidos: con refrigerador, teléfono, casa propia, vehículo de lujo, buena ropa, cortas jornadas de trabajo, amplia y variada gratificación sexual; vacaciones en el extranjero, viaje en jets, tiene facilidades para disfrutar de todo lo habido y

(23) IBIDEM. P. 162

(24) Karl Deutseh, Op. Cit., P.161

soñado, con la simple firma de su nombre en una tarjeta mágica, una tarjeta de crédito "comprarlo todo". "Pero que -- día a día son objetos enajenados inconscientes, que solo -- son robots, movidos por la clase en el poder que solo lo -- considera sujetos de consumo, para su mayor provecho. lo -- provoca también gran frustración en las clases bajas". "En este proceso de frustración masiva, opera además un elemento que no hemos valorado debidamente: el proceso político o electoral democrático, formalista, que busca el poder para los candidatos mediante la oferta competitiva con los contrincantes de otros partidos, de mejores formas de vida para las masas, que no llegan a volverse realidad salvo excepciones". (25) Que pueden y son causantes aún más frustración masiva de aquellos que aún creen es la salvación de sus pesares en las manos de los dirigentes, que sólo buscan su -- bienestar personal.

"Se fomenta así la polarización de las partes de desarrollándose los extremos, a este respecto Timbergen señala: "los partidos políticos extremistas han enfocado sus intereses en la polarización y es ocasiones se prestan ayuda mutua, no necesariamente de manera conciente. En la época previa a la violencia húngara, el ala comunista favoreció al fascismo y viceversa. Los hechos y teorías sobre la carrera armamentista contienen también evidencias similares. (26)

En general la polarización puede evitarse se cuenta " con una extensa y objetiva información. Es característico de los grupos políticos extremistas que la información que difunde sea tendenciosa y excesivamente simplificada. (27)

(25) Ahumada Jorge Teoría y programación del desarrollo Económico, Mexico JL PES/ Doat, 1960 P.

(26) Timbergen Jan, La Polarización un Sistema Equivocado, - comunicación presentada ante la COMCOSO OE, México, 1970, P.10

(27) IBIDEM

Pero esto es una arma de dos filos, porque en la realidad mexicana no se puede seguir engañando a todos, so pena de causar la explosión de todas las frustraciones reprimidas a lo largo de la historia de este país.

"La aceleración del consumo, fenómeno que se manifiesta en que cada vez se dedicará menos tiempo al consumo de cada satisfactor, puede adoptar varias formas. Por ejemplo, una versión más costosa de un artículo puede ser utilizada durante el mismo tiempo que se consagraban anteriormente a un bien más barato; un individuo puede usar un Morris Minor, cuando aumentan sus ingresos, o bien puede cambiar su teléfono negro por uno de color (28) "Porque cada vez a través de los medios de comunicación la publicidad que es el arma de que se valen los burgueses para conducir a los habitantes de algún país hacia el consumo del mismo satisfactor con diferentes formas de envoltura.

"Un tercer método de acelerar el consumo es el que denominamos consumo sucesivo, por el que el consumidor disfruta de un solo bien a la vez, pero de cada uno de ellos durante un período más corto: en lugar de emplear dos horas guiando un auto por placer, el consumidor puede manejar una hora y dedicar la otra hora a las navegaciones, actividad que no podía permitirse con su anterior nivel de ingresos. En este caso, -- tenderá a declinar el grado de utilización de la existencia -- del capital representada por los bienes de consumo". (29)

(28) Stattan B. Binder, The Theory of the upper leisure class, Suecia, 1967, P.

(29) MENENDEZ ANTONIO Ob.Cit. P. 169

El consumo sucesivo lo podemos ver claramente demostrado en los centros comerciales muy de moda en nuestra ciudad de México, donde le ofrecen una oferta maravillosa de vasos y copas a mitad de precio y al mes o semana siguiente le están vendiendo un portavasos y una vitrina y al siguiente mes un módulo para -- que coloque a los objetos que antes había comprado y ahora no -- tiene donde colocarlos. O sea el clásico compra algo, después -- ves si te sirve para algo, pero cómpralo no ves que está muy barato.

Es quizás este sistema de consumo el más arraigado en la clase media y baja donde creen poder conseguir un ascenso en la escala social por el solo hecho de adquirir algún objeto o varios objetos que sean iguales a los que ostentan los pudientes o simplemente los han acostumbrado a comprar una vez que tengan más poder adquisitivo al cabo y al fin solo son objetos de consumo y hay que utilizarlos como tales.

"La revolución de la esperanza humana está a la vista de todos. Por ejemplo, el impacto de los modernos medios de comunicación y de sus mensajes deliberados o no en pro del consumo ampliado, se ha transformado de manera sumamente rápida en unos cuantos años la tradicional posición pasiva y resignada de gruesos sectores de la población, habituada a "No ser por no tener", por falta de comunicación y estímulo motivacional; a otra actitud mucho más agresiva-tendiente a la posición y al disfrute-, continuamente reforzada en todo momento y lugar-en la casa, el transporte, el centro de trabajo y el centro social o deportivo-, donde impactan los medios de difusión masiva de modo ubicuo y -- constante.

La nueva actitud masiva consiste en identificar el ser por el tener tanto en la persona , o familia como en la sociedad, mediante la tenencia, la posición y el disfrute de todos los bienes y servicios que el sistema de producción industrial moderno puede ofrecer al hombre contemporáneo, mediante el sistema de comunicación social. (30)

Con el descubrimiento de nuevos bienes y servicios que ofrece al público receptor de los medios de comunicación principalmente la televisión, los receptores tienen ante sus ojos nuevos objetos que los harán sentirse lo que creen que son es decir buscarán nuevamente el ser por lo que tienen no por lo que realmente son.

Hemos llegado pues al punto de no-retorno, en que las sociedades contemporáneas en proceso de desarrollo enfrentan, por un lado, la creciente presión psicológica multitudinaria hacia el consumo, a la vez que arrastran por el otro, la capacidad adquisitiva, la falta de poder de compra de gruesos sectores de la población, carencias engendradas por diversos factores cuyo análisis y tratamiento habrán de ser objeto de nuevos estudios. (31)

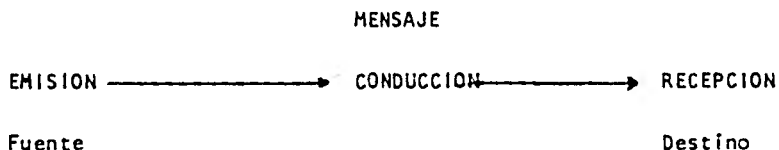
(31) IBIDEM P. 169

C A P I T U L O V

MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA (COLECTIVA) CLASIFICACION DE ELLOS.

1o.-la palabra

2o.-la escritura



Medios de transmisión de información

2.- Clasificación de los medios de comunicación masiva

- I.- AUDITIVOS
 - RADIO
 - TELEVISION
- II.- AUDIOVISUALES
 - CINEMATOGRAFO
- III.- IMPRESOS
 - 1.- PERIODICOS
 - 2.- REVISTAS
 - 3.- PASQUINES, COMIC'S
 - 4.- LIBROS
 - 5.- NOVELAS
 - 6.- PUBLICIDAD

"La vida social está presidida por la abundancia de los medios de comunicación".

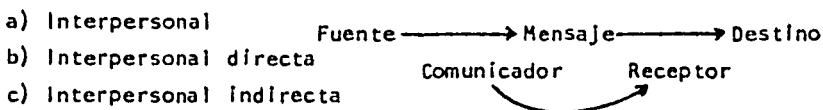
¿Qué es la comunicación?

"La comunicación consiste, esencialmente, en lograr que una idea pase de la mejor manera posible de la persona que la emite a la persona que la recibe."

Pasar de la mejor manera, quiere decir, sin deformaciones, íntegra y adecuada a lo que el emisor quiere decir.

El Mensaje son los signos, letras o palabras escritas por un autor, orador etc. siendo éstos últimos la fuente:

3 tipos de comunicación.



Toda fente tiene una Intensión

Todo destino tiene una Interpretación. (1)

III.-1) Impresos (clasificación)

PERIODICOS
DE INFORMA
CION GENE
RAL, CUYA -
PERIODICI
DAD ES DIA
RIA Y SU CIR
CULACION
IMPÓRTANTE.

EXCELSIOR
UNIVERSAL
NOVEDADES
UNO MAS UNO
NACIONAL
DIA
HERALDO DE M.
SOL DE MEXICO
PRENSA
DIARIO DE MEX.
ROTATIVO
AVANCE

DE INFORMACION
DEPORTIVA, GENE
RAL Y DE ESPEC
TACULOS, CUYA PE
RIODICIDAD ES -
DIARIA Y SU CIR
CULACION IMPOR
TANTE.

DVACIONES
ESTADIO
CINE MUNDIAL
ESTO
AFICION.

(1) Datos obtenidos de las clases de Sociología de la Información de la F.S.P.S.

III.-2)

REVISTAS DE INFORMACION GENERAL MAS IMPORTANTES POR SU PERIODICIDAD Y SU CIRCULACION.

SIEMPRE
PROCESO
GENTE
IMPACTO
MARANA
HOY
TIEMPO
JUEVES DE EXCELSIOR
REVISTA DE AMERICA

REVISTAS DE ANALISIS-POLITICO.

SIEMPRE
PROCESO.

REVISTAS CULTURALES

PLURAL
VUELTA

REVISTAS DE REPORTAJES Y ENTREVISTAS.

REVISTA DE REVISTAS
INTERVIU
SELECCIONES
CONTENIDO

III._3)

PASQUINES O COMICS MAS NOCIDVS POR SU CONTENIDO Y VENTA. SE CITAN - SOLO ALGUNOS QUE SE CONSIDERARON ILUSTRATIVAS DEL RESTO DE ELLOS. (VER CUADROS ANEXOS(A)

CON SUPER HEROES CON DIBUJOS A SEMEJANZA NATURAL.

KALIMAN
MEMIN
CHANOC
EL CHAVO.

DE MONITOS O CARICATURAS.

EL PATO DONALD
EL SUPER RATON
HISTORIETAS DE WALT DISNEY
EL GATO FELIX
EL PAJARO LOCO
LA PEQUENA LULU
SUPERMAN
PORKY Y SUS AMIGOS
MICKY MAUSE

- 4 -

TIPO NOVELAS CON DI-
BUJOS A SEMEJANZA
NATURAL.

LAGRIMAS, RISAS Y AMOR
FUEGO
ESPEJO
NOVELAS DE AMOR

CAPITULO VI
NETZAHUALCOYOTL - CIUDAD

1.- Surgimiento del problema (historia)

En el año de 1930, por Decreto Presidencial, se mandó secar el lago de Texcoco (a causa de las obras de desagüe de la Cuenca de México con el túnel de Tequisquiapac) provocándose la aparición de innumerables fraccionadores autorizados a no. Comenzaron las especulaciones de terrenos, vendidos a las clases más humildes con engañosas promesas de que en un futuro, que nunca llegó, dispondrían de todas las comodidades: agua, luz, drenaje, parques, etc. Se produjeron una serie de fraudes: tanto por no cumplirse tales promesas, como por haberse convertido en formación de un gran núcleo de población, (ciudad Netzahualcoyotl) en su mayoría, emigrada de provincia.

Más de la mitad de la parte sur de las tierras que quedaron libres del agua al decretarse el desecamiento del Lago fueron repartidas en parcelas y con el esfuerzo de los nuevos propietarios se convirtieron en tierras cultivables, que bardeadas rústicamente, retuvieron el desecamiento; para poder así conservar algunas especies de peces e insectos, a donde acudían parvadas de patos, gallaretos, garzas y chichicuilotes de cuya caza y pesca se inició un nuevo sistema de vida para los pobladores que poco a poco integraron el primer poblado llamado San Juan Pantitlán.

El Ayuntamiento de Chimalhuacán nombró un delegado para el control de las parcelas a cuya hera se inicia la formación del mercado de

San Juan que empezó a ser famoso por sus verduras y carnes frescas y por la variedad de aves y peces que se vendían, cuyo comercio se hacía por lanchas y trajineras hasta los pueblos de Jamaica, Xochimilco, Chalco y Milpa Alta (1).

Esto sucedía en los años 30' en torno a San Juan Pantitlán, ya que el resto de lo que es el actual Municipio estaba totalmente desierto, hasta el año de 1945, en que por la prohibición que existe en el D.F., para el establecimiento de nuevos fraccionamientos, hubo un desplazamiento de población hacia esa zona, principalmente por personas de escasos recursos, quienes adquirieron terrenos a muy bajos precios, pero sin servicios de organización, lo que provocó un crecimiento anárquico de la ciudad, lo que influyó que en la construcción de la vivienda no hubiera mayores exigencias.

Las primeras colonias autorizadas fueron: México, Sol, y Estado de México cuyo precio de venta fué de \$ 3.00 y \$ 5.00 M².

Por órdenes del Gobernador del Estado se nombró un representante para tratar de resolver los problemas que se creaban debido al aumento y a la afluencia de población que agravaba la falta de servicios sobre todo el de agua potable. Para esta fecha la población se calculaba en 10,000 habitantes. De esta manera se inició la tarea de introducir el servicio. Se hicieron diferentes ensayos, como el de un organismo financiero, la Cía. Fiduciaria del Estado de México, S.A., que inicia los trabajos por cooperación, y se efectuó la perforación de un pozo en la parte oriental con dos líneas de conducción de agua de 6 pulgadas, auxiliares con ramales de distribución en algunas de las colonias existentes. No tuvo éxito la compañía, por lo tanto, se autorizó a la empresa Aguas y Construcciones, S.A., para ampliar los trabajos iniciados (2).

(1). Alcocer Méndez Matilde H. El desempleo en Ciudad Netzahualcoyotl, México, 1972, Pág. 19

(2). Alcocer Méndez Matilde, ob cit p. 20

En esta época se autorizan las colonias Romero Fuentes, Evolución, Atlacomulco, Maravillas y Villada entre otras.

La afluencia de población seguía aumentando y el número de fraccionamientos también, por lo que hubo necesidad de expedir durante el periodo del Dr. Gustavo Baz, la Ley de Fraccionamientos del Estado de México en 1957, en virtud de la cual se obliga al fraccionamiento a proporcionar todos los servicios urbanos, quienes cumplieron con esta disposición solamente en parte.

El 6 de julio de 1970, el Gobierno del Estado acuerda la creación del Consejo de Cooperadores para la Ampliación de la red de agua potable, drenaje y alcantarillado.

Este consejo se integró con cuatro representantes de colonias, cuatro de fraccionadoras y uno de gobierno que es quien lo preside. El organismo planea los trabajos para dotar de agua a 200 mil habitantes que se suponía habría para 1970.

Para ejecutar estas obras los colonos aprobaron por indicaciones del Presidente, una cooperación de \$ 120.00 por propietario de lote.

Este grupo logró la perforación de cuatro pozos más, pero desgraciadamente eran insuficientes ya que la población había llegado a la cifra de 300,000 habitantes que demandaban urgentemente servicios.

Todas sus peticiones iban al cesto de la basura o eran desoídas. Crédulamente creyeron que formaban parte del municipio de Chimalhuacán, al que solamente le interesaba recoger las contribuciones.

También soñaron que teniendo "sus" propias autoridades resolverían sus problemas.

Así, en 1961 iniciaron las gestiones para exigir un nuevo municipio que comprendiera las colonias establecidas entre el bordo de Xochiaca y la carretera México-Puebla, en la parte correspondiente al Estado de México, siendo en 1963 cuando el Poder Ejecutivo presentó la Iniciativa de Ley correspondiente.

Con fecha 23 de abril de 1963, decretó el Congreso del Estado de México la Constitución del Municipio 120 denominado NETZAHUALCOYOTL el cuál tendría sus elecciones constitucionales en noviembre y empezarían a actuar en forma independiente a partir del 1o. de enero de 1964. El nombre Náhuatl que se dió a este municipio fué escogido en memoria del famoso Rey Poeta cuyo significado es "Coyote Hambriento" y porque toda esta zona estaba ocupada por el Lago de Texcoco, que eran los dominios del Rey Netzahualcōyotl.

En 1963, el Congreso de Cooperadores por acuerdo del Ejecutivo, -- cambia su denominación por la del Comité Especial de Planificación y Cooperación del Municipio de Netzahualcōyotl, amplía sus facultades para la total urbanización del Municipio, funciones que entran en vigor el 4 de septiembre de 1966 (3).

A pesar de la falta de servicios, la población fué en aumento, como consecuencia de la dificultad de las personas de escasos recursos para disponer en el Distrito Federal de casa de renta reducida o de terrenos de bajo precio para construir sus viviendas.

Como la situación continuó agravándose se tomaron nuevas medidas - a fin de aliviar en parte el problema. Para ello el Gobierno del - Estado, junto con las autoridades municipales y con la ayuda del - Gobierno Federal, a través de la Comisión Federal de Electricidad

(3) Alcocer Méndez Matilde, ob cit. 24

y de la Secretaría de Recursos Hidráulicos, se dieron a la tarea de estudiar, planear y planificar, aunque sus logros fueron mínimos, ante la magnitud del problema, y las medidas practicadas oficiales: ya que se tendieron las líneas de distribución de energía eléctrica y al mismo tiempo surgieron los famosos "diablitos", porque la mayoría de los pobladores no tenían para pagar el consumo o porque se habían empezado a acostumbrar a que todo les debía de ser regalado puesto que el nombre de Netzahualcóyotl era, o es, sinónimo de miseria y como miserables debían de recibir las limosnas de los demás.

En 1970, las condiciones de los servicios públicos, según datos oficiales eran las siguientes: (3A)

Número de lotes ocupados	69,500
Número de una vivienda	63,500
Número de dos viviendas	6,000
Número de viviendas	76,000
Número de jefes de familia	103,680
Viviendas con agua	50,000
Viviendas con alcantarillado	38,000
Viviendas con servicio eléctrico	10,000
Calles con alumbrado público	Col. Metropo- litana 2a. Sección.

2.- DIVISION TERRITORIAL Y COLONIAS

El municipio de Nezahualcóyotl, Estado de México, está integrado por: la cabecera municipal, con asiento en ciudad - - Nezahualcóyotl, 51 colonias y un fraccionamiento Industrial.

C O L O N I A S.

- 1.- Agua Azul (en sus tres secciones)
- 2.- Amipant
- 3.- Atlacomulco
- 4.- Benito Juárez "A"
- 5.- "AURORA"(en sus cuatro secciones)(Hoy Benito Juárez)
- 6.- Benito Juárez Sur
- 7.- Campestre Guadalupe
- 8.- Carlos Hank González
- 9.- Constitución del 57
- 10.- Ciudad Lago
- 11.- El barco
- 12.- El Palmar
- 13.- El sol
- 14.- Esperanza
- 15.- Estado de México (en sus tres secciones)
- 16.- Evolución
- 17.- Evolución (ampliación)

- 18.- Impulsora Popular Avícola
- 19.- Jardines de Guadalupe
- 20.- Juárez Pantitlán
- 21.- La Perla
- 22.- Las Aguilas
- 23.- Las Aguilas ampliación
- 24.- La Central
- 25.- Las Flores
- 26.- Las Fuentes
- 27.- Las Palmas
- 28.- Las Virgencitas
- 29.- Los Manantiales
- 30.- Los Volcanes
- 31.- Maravillas
- 32.- Metropolitana (en sus 3 secciones)
- 33.- México (en sus 2 secciones)
- 34.- Modelo
- 35.- Nezahualcóyotl (en sus 3 secciones)
- 36.- Pavón
- 37.- Pirules
- 38.- Porvenir
- 39.- Porfirio Díaz
- 40.- Raúl Romero
- 41.- Reforma (en sus 3 secciones)

- 42.- Retiro Pavón
- 43.- San Felipe de Jesús
- 44.- San Juan Pantitlán
- 45.- San Lorenzo
- 46.- Santa Martha
- 47.- Silvia
- 48.- Tamaulipas
- 49.- Vergel de Guadalupe
- 50.- Vicente Villada
- 51.- Fraccionamiento Industrial de Ciudad Netzahualcóyotl.

Datos del Censo General de Población 1970.

Bando de Policia y Buen Gobierno Editado por el H. Ayuntamiento del Municipio de Netzahualcóyotl.

3.- ASPECTOS GEOGRAFICOS.

El Municipio de Netzahualcōyotl, México se encuentra localizado en la parte Este del Estado de México y al Noreste del D.F. Tiene como límite: Al Norte el Municipio de Texcoco Atenco y el de Ecatepec de Morelos; al Oriente el Municipio de Chimalhuacán y los Reyes la Paz; al Sur Los Reyes y el D.F. y al Poniente el D.F.

Se ubica en los límites de la parte oriente de la Ciudad de México, a nueve kilómetros del Zócalo. Se puede llegar por la calzada Ignacio Zaragoza (México-Puebla), hasta la altura del kilómetro --nueve y continúa hasta el 17 de la misma. A la altura del kilómetro once y medio, hacia el norte tres kilómetros, se encuentra el Palacio Municipal de Ciudad Netzahualcōyotl. (4)

4.- ASPECTOS DEMOGRAFICOS.

En Ciudad Netzahualcōyotl existía la cantidad de 568,436 habitantes de los que el 51% son hombres y el 49% son mujeres. En el siguiente cuadro se especifica en forma más amplia la cantidad de individuos que existen en el Municipio según la clasificación realizada por el Censo General de Población de 1970, en donde se nota en forma muy marcada la cantidad de población menor de 17 años de edad. Se hizo hincapié en estos datos para hacer notorio que el Municipio de Ciudad Netzahualcōyotl se encuentra constituido principalmente por gente joven, la que está en plena etapa de formación moral e intelectual, así como también física y según lo que aprendan y asimilen en este su presente, será lo que sean en el futuro. (7)

(4) Alcocer Méndez Matilde ob cit p. 22

(7) Alcocer Méndez Matilde ob cit p. 28

Clasificación por edades de Cd. Netzahualcóyotl

	05	6-14	15-17	18-25	26-64	Mayores de- 65
En el Mpio.	141,268	156,361	33,690	79,357	160,079	9,681
Hombres	71,190	80,302	16,985	38,591	82,675	4,835
Mujeres	69,078	76,059	16,765	77,760	77,404	5,346

Fuente: Censo General de Población, Panorámica de los Estado de la República Mexicana, 1970.

Se ha llegado a determinar con mayor precisión que si bien la fecundidad, la mortalidad y las migraciones, son los elementos demográficos que directamente transforman a la composición de la población. Para saber cuál es el aumento de la población de ciudad Netzahualcóyotl se tomarán como básicos los aspectos anteriormente -- mencionados. Sabiendo que la medida principalmente por las variaciones que se den a la natalidad y la mortalidad así como a la inmigración, que en este estudio se entenderá como a la afluencia de individuos a ciudad Netzahualcóyotl.

En ciudad Netzahualcóyotl existe un alto nivel de fecundidad, de 12 a 15 hijos por familia. Por regla general, este renglón representa el elemento más dinámico del movimiento natural de la población notándose éste en el cuadro que a continuación se expone.

NACIMIENTOS

A ñ o s	Número de nacimientos
1964	3,823
1965	3,899
1966	4,776
1967	5,946
1968	6,400
1969	9,310
1970	11,245

Fuente: Registro Municipal y Censo General de Población 1970.

Al mismo tiempo de que los nacimientos aumentan se da una baja pronunciada en la mortalidad, que se acentúa en la mortalidad infan--til, trayendo consigo altos niveles de incremento. Esto se ha lo--grado debido a la lucha constante de la medicina social, al aprovechamiento del avance científico.

Las principales causas de mortalidad son:

	1961	%	1969	%
Neumonía	119	20	608	24
Enteritis	142	24	302	12
Del corazón	33	6	85	3
Tumores	7	1	20	1
Accidentes	13	2	106	4
Cirrocis Hepá <u>t</u> ica	14	2	32	1

Bronquitis	15	3	16	1
Homicidios	2	0	36	2
Sarampión	3	1	11	0
Tuberculosis	3	1	11	0
Otras	231	40	1,326	52
Total	582	100	2,553	100

Fuente: Censo General de Población, 1970

5.- EL DESARROLLO SUBURBANO - URBANO.

El problema básico en Netzahualcóyotl es el fraude. En los primeros 5 años de Ciudad Netzahualcóyotl aparecieron "fraccionadores" por todos lados, frecuentemente sin autorización legal alguna, sin ser dueños de los terrenos y sin posibilidades de urbanizar, pero siempre ofreciendo lotes "baratísimos".

La relación entre compradores y vendedores representa un paso adelante respecto a los marginados ciudadanos. Estos ni siquiera pueden optar por la compra del más modesto "cuchitril", como ellos mismos llaman a sus viviendas. En los nuevos fraccionamientos el timo no dura mucho tiempo, ya en los últimos meses de 1973, se agudizan las tensiones sociales.

A partir de 1973, los colonos decidieron reivindicar sus derechos. En numerosas agrupaciones superficiales o endebles, los timados recurrieron a dependencias oficiales, manifestaron públicamente su protesta, exigieron el castigo de los timadores,

... pero aparte de aplicarse el procedimiento penal del caso; nada pasó que pudiera cambiar la situación, a pesar, incluso del organismo oficial que nació: El Programa de Regeneración integral de la Zona Oriente (PRIZO). Su propósito manifiesto era resolver el problema entidad, habfan organizado de los conglomerados humanos nacidos de la improvisación.

Hasta mayo de 1973, se logró instalar algunos servicios elementales en unos lugares de la zona oriente, pero quedaron sin embargo, fuera de los beneficios, las colonias al ex-vaso de Texcoco en la parte más oriental del municipio.

Siguió la carrera de la urbanización en la afluencia de más inmigrantes, más fraccionamientos y "colonias", la mayor exigencia de servicios públicos, puras promesas de obras públicas que cuando se llegan a efectuar son paliativos.

En la realidad, los transportes resultan insuficientes, así como el agua potable y el drenaje. Un fino polvo alcalino y salobre se levanta al menor soplo de viento y satura los pulmones de los niños siempre enfermos de las vías respiratorias. Cuando llueve viven prácticamente en medio de lodazales.

Tienen que sufrir además a una policía envilecida y arbitraria que los extorsiona después de haber implantado un régimen de terror -- que se traduce en cárcel, apaleamientos y muerte.

En general los colonos son víctimas de voraces fraccionadores que vendieron los mismos lotes a dos o más personas simultáneamente y en muchas ocasiones el infeliz que ha pagado ya el altísimo precio del solar donde edificó, es expulsado de su heredad, de la que nunca podría probar la propiedad, dado que jamás se le entregan los títulos o escrituras que ordena la ley.

En síntesis las características sociales de Netzahualcóyotl serían las siguientes:

- a).- Una pirámide de edades que corresponde al tipo de poblaciones jóvenes o sea una mayor base representada por la niñez.
- b).- Normalmente nacen al año más hombres que mujeres, pero en los primeros meses de vida esta diferencia desaparece, ya que la constitución orgánica de la mujer es más fuerte que la del hombre; así tenemos que de 0 a 4 años es mayor el número de mujeres que de hombres.
- c).- El 56% de la población total está representado por personas económicamente inactivas menores de 15 años y mayores de 55.
- d).- Por tratarse de una población preferentemente compuesta por personas en edad escolar y menores de 6 años, representa una gran demanda en el renglón educativo, con tendencia a aumentar en los años futuros.
- e).- Nos encontramos en presencia de un municipio carente de industrias y, en consecuencia, de fuentes de trabajo que permitieran dar ocupación a la población económicamente activa y mucho menos capaz de generar fuentes ocupacionales para la población que en pocos años demandará su incorporación a la actividad económica.
- f).- El rápido crecimiento de la población en el municipio ha originado serios problemas económicos, políticos y sociales a los cuales no se les ha aplicado

las medidas pertinentes con el fin de resolverlos y las pocas que se han dado no tienen mayor trascendencia, ya que por regla general se ha eludido el enfrentamiento a una realidad palpable, en la que son postpuestas las aspiraciones de la población y por los mismos se crea el consiguiente resentimiento social.

- (g) El terreno es plano con una simple inclinación de Sur a Norte hacia el lago de Texcoco, lo que provoca problemas de distribución del sistema de drenaje, vientos, contaminación, etc.

La humedad varía según la época del año, baja al principio y aumenta durante los meses de junio y agosto a causa de las lluvias y de la cercanía del Lago de Texcoco, lo que ocasiona que gran parte de la zona se inunde.

Las vías de comunicación y acceso son deficientes pues solamente son 3 las calles pavimentadas; la Calzada Ignacio Zaragoza, a cuatro cuadras del límite Sur de Netzahualcóyotl; la Avenida Adolfo López Mateos que se encuentra pavimentada en su totalidad con sus tres carriles; y la avenida México desde la Avenida Texcoco hasta el bordo de Xochiaca. Las demás calles son de terracería bien trazadas pero en mal estado de conservación que en época de lluvia se vuelven intransitables.

Para la movilización de 325,754 habitantes que requieren transporte diario hacia sus lugares de trabajo. Esta cifra se refiere solamente a la población económicamente activa, no se tomó en cuenta a las amás de casa que tienen que transportarse de sus hoga--

res al mercado o al D.F., ni tampoco a los menores de edad que se trasladan a la escuela. El Municipio cuenta con tres líneas de -- transporte urbano que dan servicio al mercado de la Merced en el D.F., y a las diferentes colonias de Ciudad Netzahualcóyotl. Entre las tres líneas de transporte suman un total de 498 unidades que se encuentran en pésimas condiciones y precaria higiene lo -- que ocasiona múltiples accidentes a pesar de que el precio del pa-- saje es de 50 a 80 centavos, frente al de 20 centavos en el D.F. También en el Municipio existen 10 sitios de autos de alquiler -- que están distribuidos en las diferentes colonias y tienen un to-- tal aproximado de 132 unidades, que presentan un servicio colecti-- vo los que tienen una tarifa de 3.00 pesos por servicio indivi--- dual.

El costo del viaje particular es de \$ 30.00 a \$ 50.00 en rutas de Ciudad Netzahualcóyotl a la terminal del metro de Ignacio Zaragoza. Los precios comparativamente con el D.F., con las mismas distancias de taxis era en colectivos un peso y en servicio particu-- lar \$ 15.00

Ubicación de las líneas de Transportes y terminales:

Línea (1) San Rafael Aviación. Colonias Vaso de Texcoco.

Ubicación Colonia Federal D.F.

Terminal en el D.F. la Soledad

Terminal en Cd. Netzahualcóyotl. Col. Aurora

Col. Edo. de México, Col. Maravillas, Col. Agua Azul y

Col. Villada.

Línea (2) Autobuses México Cd. Netzahualcóyotl.

Ubicación - Santa Escuela (D.F.)

Terminal en el D.F. - La Soledad

Terminal en Cd. Netzahualcóyotl - Col. Aurora, Col Re--
forma, Col. Agua Azul, Col. Floresta, Col. Estado de Mé--
xico, Col. Reyes Chimalhuacán.

Línea (3) Aviación Civil, Col. Vaso de Texcoco.
Ubicación - Col. Santa María (D.F.) Ixtapalapa (D.F.)
Terminal en el D.F. - La Soledad,
Terminal en Cd. Netzahualcōyotl - Col. Reforma, Col. Ma
ravillas, Col. Villada, Col. Floresta (5)

Existen cuatro periódicos locales y son: El Sol de Netzahualcōyotl, Últimas Noticias de Netzahualcōyotl y La Verdad de Netzahualcōyotl. Asimismo los periódicos del D.F. y los que se leen con mayor frecuencia son: La Prensa, El Heraldó, Alarma, Esto, Ovacio--nes y Revistas cómicas. Su importancia local lo veremos más ade--lante.

Existen tres cines: Lago que tiene capacidad de 3,000 butacas, el Maravillas que tiene una capacidad de 4,000 butacas, y el Netza--hualcōyotl que tiene una capacidad de 3,000 butacas. El precio de entrada es de \$ 3.00. Las difusoras de radio que se escuchan son las del D.F. Llegan con nitidez las imágenes de los canales capi--talinos de televisión. (6)

6.- VIVIENDA

Respecto al problema de la vivienda, informaron las autoridades municipales que existen alrededor de 150,000 casas habi--tación de las que el 55% están pagadas a los fraccionamien--tos en forma mensual con abonos que varían entre \$ 150.00 y \$ 250.00.

"El tipo de construcción de las viviendas ha evolucionado de simples chozas construídas con materiales de desechos, en lugares inundados; a casas erégidas con materiales mejores: --

(5) Alcocer Méndez Matilde ob cit pág. 25

(6) Alcocer Méndez Matilde ob cit pág. 26

grava, cemento, varilla, ladrillo, etc., en sitios donde los habitantes ayudaron al desecamiento de ciertas partes del Lago de Texcoco, realizando obras de defensa y relleno de los lotes inundados hasta haber llegado a la etapa en que se logró construir calles, algunas con pavimento y bien trazadas. (7).

Así, la construcción de las viviendas ha mejorado hasta el grado en que el 54% son construcciones de ladrillo y manosterfa y el 46% de los siguientes materiales: de madera el -- 3.75% de piedra y adobe, el 12.2% de otros materiales, el -- 30.1%.

Los techos son de concreto en un 47% de lámina metálica un 8%, 39% de lámina de cartón y de otros materiales el 6%.

Gran número de viviendas tienen piso de tierra que mantienen dentro de las viviendas un foco de infección y una forma fácil de contraer cualquier enfermedad como parasitosis, disenterfa, etc.

La cocina de estas casas es por lo general, pequeñas y mal acondicionadas, es un cuarto con piso de tierra en la mayoría, sin ventilación adecuada ni suficiente; el techo, así como las paredes son de lámina de cartón, de madera o de material de desperdicio, no cuenta con agua potable. (8).

El aseo personal no lo realizan con frecuencia, primero por falta de costumbre y de agua, pero también por descuido, ya que podrían lograr reunir el agua necesaria para cubrir las necesidades del día; el baño lo efectúan cada 4 o 5 días y lo realizan generalmente en tinas y a jicarazos.

(7) Alcocer Méndez Matilde ob cit. pp. 17 y 29

(8) IBIDEM.

El 79% del total de las viviendas cuentan con agua, aunque está contaminada, debido a la forma de la red de distribución y a la poca presión que tiene, los colonos se ven obligados a realizar perforaciones de metro a metro y medio en el suelo hasta llegar a las tuberías para recibir a ese nivel bajo tierra el líquido que muchas veces es almacenado en fosas, las que no siempre son recubiertas con tanques impermeabilizados, para lograr obtener el agua, pero debido a que la red de distribución del agua sigue el principio de los vasos comunicantes al agua contaminada de una fosa pasa directamente a la vivienda contigua infectando el agua de éstos y a la familia que se surta de ésta, lo que en potencia es un foco de infección productos de epidemias, como la brucelosis, amibiasis, tifoidea, paratifoidea, etc., causado por la contaminación directa del agua.

La eliminación y control de excremento en la mayor parte de la población se efectúa en letrinas o al aire libre a excepción de los habitantes de la colonia Metropolitana y Aurora, que la mayoría - la lleva a cabo en W.C. y una minoría la efectúa al aire libre.

La forma en que se deshacen los colonos de Ciudad Netzahualcóyotl de la basura, es depositándola en los predios baldíos.

En 1968 se realizó una campaña de limpieza en el municipio en donde se les recomendaba a los habitantes que depositaran la basura en el camellón de la avenida Central para que en esa forma se tuviera un mejor control de ésta, así como para que sirviera a su vez de abono para la tierra pero debido a que la avenida se llenó de basura y ya no existe un lugar en donde enterrar ésta, la campaña se dió por terminada.

El Municipio solamente cuenta con 10 camiones de limpia, los que son insuficientes para prestarle el servicio a toda la comunidad.

7.- ESCOLARIDAD.

En ciudad Netzahualcóyotl existen 113 escuelas primarias, de las cuales 15 son estatales, 92 federales y 6 particulares las que cuentan con un total de 1,604 aulas a las que asisten 113,234 -- alumnos dando un promedio de 70 alumnos por aula. Para la enseñanza de esos alumnos hay 1,430 profesores federales, 412 estatales y 30 particulares. Además se cuenta también con 97 centros de alfabetización.

Por lo que respecta a las escuelas secundarias tienen una, la Escuela Secundaria Tecnológica Industrial y Comercial Calmecac, tiene talleres donde se prepara a los alumnos en un oficio además de los conocimientos generales. Los talleres son para: Mecanografía, Carpintería, Herrería y Balconería, e Industria del Vestido.(9).

Todos estos talleres están perfectamente bien equipados según la especialidad.

La forma de enseñanza de los talleres funcionan de la siguiente manera: la comunidad circundante a la escuela o las familias de los alumnos pueden solicitar que se les realice cualquier trabajo aportando solamente el material necesario, los maestros orientan a los alumnos para ejecutarlo. La elaboración de los trabajos implica remuneración alguna en efectivo por parte del solicitante ya que el único propósito que se persigue al prestar ese servicio es que los alumnos aprendan y no tener ingresos o hacer negocio, aprendan perfectamente el taller así como a ser cumplidos en la entrega de los trabajos, a la vez de prestarle un servicio a la comunidad que tanto lo necesita.

(9) IBIDEM p.30

La Secundaria Xicoténcatl además de las materias académicas cuenta con los talleres de electricidad, tapicería, corte y confección, estructuras y taller de pintura, otra de las secundarias -- con que cuenta ciudad Netzahualcóyotl es la Calmecac.

Las dos Secundarias mencionadas anteriormente, cuentan con dos -- turnos de trabajo, matutino y vespertino, también existen 4 teleaulas.

Tomando en cuenta a la población de edad escolar de 10 años en -- adelante según cifras de la oficina de estadística de Toluca, Estado de México, tenemos que 358,404 individuos saben leer y escribir, de los que el 44.4% son hombres y 38.56% son mujeres. De los analfabetas tenemos el 16.70% del total de la población de donde, 10.68% son mujeres y 6.02% son hombres. El porcentaje antes mencionado de analfabetas nos da un total de 48.730 individuos de -- los cuales sus edades fluctúan entre los 20 y 40 años. (10)

En las cifras expuestas anteriormente se nota que un alto porcentaje de individuos saben leer y escribir, pero si se analiza las siguientes cifras tomando en cuenta a las personas de 6 años en -- adelante que han acudido a la escuela, se advierte una gran diferencia del 83.2% que saben leer y escribir solamente el 31.20% -- han acudido a la escuela, de estas personas solamente el 0.01% -- cuenta con el adiestramiento en un oficio sin que hayan cursado la primaria. Esto nos hace pensar que la desigualdad existente entre el 83.2% y el 31.20% de individuos que han aprendido a leer y escribir lo han hecho por su cuenta.

En su mayoría las escuelas del Gobierno del Estado son de construcción moderna, sus edificios bien orientados y ventilados e -- iluminados adecuadamente, cuentan con campos de juego. El aseo es

inadecuado pero esto es debido a la aguda escasez del agua en toda la comunidad, siendo el mayor problema el aseo de los sanitarios, pues en época de lluvias se bloquean lo que produce el desbordamiento y estancamiento de las aguas negras, formando un foco de infección, no solamente de los escolares, sino también de los familiares de éstos y de los vecinos de dicha escuela

8.- RASGOS ETNICOS.

La población en el Municipio fué clasificada etnográficamente a partir del Censo General de Población de 1970, con los siguientes resultados:

Originarios de la República Mexicana sin que exista ninguna mezcla de sangre y características de otras razas (indígena) hay un porcentaje de (193) habitantes. De mezcla de caracteres hereditarios de blanco e indio, predominando en el vasto las peculiaridades de la raza india (mestizo-indio), -- existe un porcentaje de 1% (5,338) del total de los habitantes.

En los habitantes que predominan los caracteres hereditarios de europeo (mestizo-blanco) cuenta el municipio con el 73% -- (422,138) de los habitantes.

De las personas nacidas de padre y madre de raza diferente y con especialidad al hijo hombre, blanco e india (mestizos) -- existe un porcentaje de habitantes del 26% (152,237).

Y por último, los que presentan el color de la piel de la raza europea (blancos) 0% (530) habitantes (11).

(11) Censo General de Población 1970.

9.- ALIMENTACION.

La alimentación de los pobladores de ciudad Netzahualcóyotl - es aparentemente equilibrada, debido a que el 90.5% de la población come carne, el 80.9% esta acostumbrada a comer huevo, tomar leche el 70.1% y comer pan de trigo el 88.4%.

En el Municipio de Netzahualcóyotl existe la cantidad de 36 - mercados públicos, ninguno cuenta con edificio apropiado y la mayoría opera al aire libre con un total de 6,065 locales, de los cuales, 4,833 se encuentran trabajando y 1,232 quedan a - disposición de quien los solicite, además operan 600 tianguis - tas que tienen fijado un rol de actividades por las autoridades del Municipio, por otra parte un gran número de comercian - tes ambulantes se encuentran entre estos.

Debe mencionarse que en general los mercados carecen de higie - ne, que están improvisados con madera y lámina de cartón y en algunos casos, los mejor establecidos, tienen construcciones de tabique. Además muchos mercados no tienen servicio sanitario, hay invasiones de ratas y los alimentos se expenden sin ningún control sanitario, lo cual pone una vez más en peligro la salud del consumidor.

10.- RECREACION.

Existen centros recreativos como parques y jardines públicos los cuales pasan desapercibidos pues no se les da esplendor ya que quedan como terrenos baldíos.

11.- SALUD.

Los recursos médicos asistenciales con que cuenta la población son:

Un Centro de Salud tipo "A" que depende de los Servicios Coordinados de Salud Pública del Estado de México, tres Guarderías dependientes de la Secretaría de Salubridad y Asistencia, tres Centros nutricionales cuya dependencia es el I.N.P.I., dos Centros Asistenciales del I.N.P.I., un Centro Médico Municipal, una Clínica Infantil que depende del I.P.I.E.M., y una Institución privada de beneficencia "Cruz Roja".

Además cuenta con dependencias descentralizadas como son la clínica del I.S.S.S.T.E., la Clínica Hospital No. 52 del Instituto Mexicano del Seguro Social.

Por lo que respecta a los servicios particulares, existen 10 clínicas particulares, seis clínicas dentales, 18 maternidades y consultorios, 62 farmacias y dos laboratorios clínicos.

Como consecuencia de agudos problemas sociales que han enfrentado los habitantes del Municipio, a raíz de la inmigración masiva y el asentamiento anárquico de población que ha registrado la Ciudad de México en los últimos años, surgen los mismos problemas organizacionales en el Municipio de Netzahualcóyotl.

Las numerosas obras de urbanización que se emprendieron en el Distrito Federal en los últimos 2 decenios, expulsaron de ciudades perdidas y de zonas de tugurios a miles de habitantes -

que en su mayoría se trasladaron al hoy municipio de Netzahualcóyotl. (12).

Así que a la fecha los colonos decidieron agruparse en diferentes organizaciones:

En el Comité Especial de Planificación y Cooperación del Municipio Netzahualcóyotl, Asociación de Padres de Familia, Asociación de Colonos, Frente Unico de Comerciantes en Pequeño, Asociación de Fraccionadores, Delegación de Maestros del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación, FJCN (Federación de Jóvenes de Cd. Netzahualcóyotl), Cámara de Comercio, Liga Municipal de la -- (CNOP), Comité Municipal del Partido Revolucionario Institucional además de grupos informales no institucionales ni permanentes como los vecinos que se reúnen para efectuar labores comunales, tales como: aplanamiento de calles, apertura de canales, construcción de aulas, etc., mediante el trabajo voluntario no retribuido. Sólo que los abusos de los fraccionadores y el incumplimiento de sus promesas, han hecho que en la actualidad las personas ya casi no prestan su colaboración a todas estas actividades.

12.- MIGRACION.

Los emigrantes que pueblan ciudad Netzahualcóyotl provienen del Distrito Federal, en un porcentaje del 53.44% del total de la población.

El 46.56% de individuos que proceden de la provincia no solamente realizaron un cambio de ubicación, sino una forma distinta de utilización del tiempo diario, cambio de costumbres amigos, vecinos, etc.

Con respecto a los aspectos externos al individuo cuando sufre el cambio de su actividad agrícola por la Industria 1, cambia sus relaciones familiares sus fuentes de ingreso y las formas de distribuir las.

Sufre por lo tanto alteraciones en el comportamiento, -- tanto física como psicológicamente, generando los triunfos y fracasos de las metas fijadas y de lo que dependerá a su vez, directamente de la capacidad de adaptación al medio ambiente de cada individuo. (13)

Los principales factores de atracción con que cuenta el Distrito Federal respecto al País son principalmente el ser sede de los poderes públicos, centros financieros, industrias, - comercios, centros culturales, recreativos, grandes mercados - de consumo, lo que se transforma en una especie de imán para - los provincianos.

Según Edmundo Flores en su Tratado de Economía Agrícola, * dice que la motivación de la migración del campo a la ciudad, referida al crecimiento metropolitano de la Ciudad de México - la divide en dos grupos:

- 1.- La atracción ejercida por la metrópoli y
- 2.- El abandono del campo debido a la imposibilidad de - subsistir en él.

Dentro del primer grupo menciona como incentivos más poderosos: "la mayor libertad de movilidad de la población rural, la localización política y administrativa, y la superioridad - de la metrópoli para quienes desean una educación o que se interesan en actividades, políticas, culturales, científicas, comerciales, etc.

(13) Alcocer Mendez Matilde P. 41

* Nota.

En el segundo, los motivos principales fueron: la insuficiencia del ejido para sostener a la familia ejidal en crecimiento, y el aumento de la desocupación agrícola debido frecuentemente a los aumentos de la productividad en la agricultura van acompañados de la disminución de la demanda de la mano de obra".

"En el análisis demográfico de México, Raul Benítez - Zenteno nos dice: 'Que en forma general los movimientos migratorios están determinados en gran parte en función del ingreso cuya insuficiencia enfrenta el jefe de la familia. El nivel cultural más alto que determina en cierta medida una actitud hacia el cambio-, en cuanto que la decisión para la solución de problemas será enfrentada con mayor realismo y mayor conocimiento de las diversas situaciones alternas que se presentan. A la vez la movilidad está determinada en gran parte por la ocupación que se tiene, si consideramos una escala ocupacional en la que los estratos más bajos corresponden a la ocupación agrícola y que son precisamente los agricultores, quienes se enfrentan a la insuficiencia y vital que les ofrece el campo. A la vez, el hecho de que son los agricultores quienes en la República Mexicana tienen niveles de fecundidad más elevados - por consecuencia, mayor urgencia de satisfacer sus necesidades familiares, ya que el número de miembros es mayor". (14)

Lo anterior, determina que la población agrícola, ante las carencias rurales y tratando de obtener seguridad en el trabajo industrial, que tiene carácter de permanente, trate de obtener ingresos en las ocupaciones industriales que le permitan siquiera subsistir.

(14) Benítez Zenteno Raúl, Análisis Demográfico de Mexico, Edit. Cultura T.S.S.A., México D.F., 1961 P. 48

C A P I T U L O V I I

LA INFLUENCIA DE LA TELEVISION, HISTORIETAS Y PERIODICOS EN LA FAMILIA.

En el presente capítulo se comprueban las hipótesis planteadas sobre el fenómeno de la influencia de los medios de comunicación masiva en los habitantes de ciudad Nezaqualcóyotl. Por medio de la investigación directa llevada a cabo en la muestra representativa de 80 casos seleccionados de un universo de 10 500 alumnos de educación primaria que asisten a la escuela las localizadas en la colonia Aurora, del municipio de Nezaqualcóyotl, elegida para el estudio. El cuestionario se aplicó, durante los meses de mayo y junio de 1973, exclusivamente con los alumnos de 5º y 6º grado.

El principal objeto del estudio, fué el de buscar en qué modo y forma ha ido la cultura burguesa, a través de los medios de comunicación masiva, como un verdadero instrumento de control en general y como reforzador de la sociedad de consumo en particular. Efectivamente, los medios de comunicación son uno de los mecanismos de que se vale la burguesía para mantenerse en el poder y mediatizar sutilmente los posibles brotes de rebelión o protesta.

De los 80 entrevistados, el 56.3% son del quinto año, de estos el 17.5% son del sexo femenino y el 18.8% del masculino. Del sexto año son 43.7% de los cuales el 13.7% pertenecen al sexo femenino y el 30_ al masculino; de aquí se puede sacar un primer indicador en años superiores, la población de las escuelas es decreciente, también las alumnas del sexo femenino sufren -- una disminución; las causas en la zona de estudio, principalmente son: los padres dicen "que para las mujeres es suficiente con que sepan leer y escribir, puesto que van a ser amas de casa y no otra cosa", con lo que cortan las perspectivas de la mujer; otro argumento es; el de que,

"si saben leer y escribir, ya pueden comenzar y ayudar en los gastos de la casa", trabajando, claro como sirvientas o si bien les - va de obreras.

En el caso de los hombres, a estos se les brindán mayores oportunidades de trabajar pero no siempre en alguna: fábrica o local cercano al domicilio, lo cual produce que también vean obstruidos sus - estudios.

Es también notorio que la mayoría de los entrevistados revasan -- los doce años, edad en que supuestamente deberfan terminar la primaria, Esto obedece, según datos proporcionados por los profesores del lugar, a que los niños por deficiente alimentación en sus hogares se ven en la necesidad de retrasarse en sus primeros años de - escuela, también a que son obligados y trabajar y estudiar al mismo tiempo y sobre todo a la escases de escuelas.

Ahora comentaremos las condiciones habitacionales en que se encuentran los entrevistados: de los 80 casos; el 35% tienen de 7 a 9 -- hermanos y el 32.5% de 4 a 6 hermanos, lo que nos da un promedio - de 6 a 7 hermanos.

Por lo que respecta al hacinamiento, el 38.7% habitan casas de 3 - a 4 cuartos y el 30% casas de 2 cuartos, esto nos arroja una serie de datos de relevante importancia; el 36.2% entre habitaciones y - personas es de 4 personas por cuarto. Esto quiere decir que existen serios problemas de hacinamiento que van a repercutir en la educación, de los que resultan problemas tales como: violaciones, insectos etc. Influye también en los jóvenes, sobre todo en la educación del hogar el que sus padres sean casados, en este caso el - 98.7% si lo son sólo el 1.3% no; por lo que respecta a la educación de los padres, el 96.2% saben leer y sólo el 3.7% no; esto es de - importancia pues si los padres no saben leer, ¿Como exigirles a -- los hijos que estudien? además los mecanismos de control que utilizan como son la radio la t.v. si influyen en los padres para la educación de los hijos y sobre todo el grado de escolaridad alcanzado ya que de los 80 entrevistados el 86% de sus padres terminaron-

la primaria y sólo el 13.7% no y con respecto a la madre el 93.7% si terminaron la primaria, sólo el 6.2% no. Esto quiere decir que hay mayor educación en las madres, cosa rara; puede ser que hayan mentido a sus hijos al decirles que si terminaron la primaria.

En cuanto a la ocupación del padre el 30% son empleados, burócratas u oficinistas de menor nivel, el 26.2% son obreros el 10% comerciantes y el 8.7% tanto chofer como ebanistas, el 3.7% electricistas el 3.7% también son del tipo profesionistas, (lograron terminar una carrera) el 5% albañiles, y el 37% mecánicos. Los anteriores datos nos revelan que de los entrevistados, la mayoría de sus padres trabajan en oficios de bajo nivel económico como profesional.

Sólo el 3.7% son profesionales indicador que nos muestra que el nivel económico nunca será mayor. También es importante destacar que el ingreso del padre no alcanza para la manutención de los hijos que son en promedio de 6 a 7, por lo tanto deben buscar otras fuentes de ingreso, como puede ser el trabajo de la madre o de los hermanos mayores; para el caso el 62.3% son ingresos por parte de otros miembros de la familia, la madre o los hermanos.

En el 35% proviene el trabajo de los hermanos, sólo en el 27.5% el ingreso es por parte de la madre y el 37.5% no hay ingresos de otros miembros de la familia, pero aún así las carencias siguen, -- puesto que el ingreso es raquítico ya que los que ayudan en el ingreso también ocupan puestos donde la renumeración es poca ya que el 90% ganan poco más del sueldo mínimo y el 10% ganan menos del mínimo, por lo que respecta a los ingresos de la madre el 15% ganan más del mínimo y el 12.5% menos del mínimo, de los ingresos de los hermanos es como sigue: el 26.2% ganan más del mínimo y el 8.7% menos del mínimo, al considerar los datos anteriores nos damos cuenta el porqué desde muy chicos lo jóvenes y las niñas se ven -

en la necesidad de trabajar. (Cuadro No. V)

Es importante destacar que para la formación de criterios y valores de los jóvenes es necesario que sepan la religión en que se encuentran sus padres y por consiguiente ellos, ya que el 93.7% contestaron ser de la religión católica, el 3.7% contestaron no tener religión alguna y el 1.5% pertenecer a otra, se puede decir que existen los mismos valores religiosos para todos ellos que profesan la religión católica; esto se puede comprobar con el hecho de que el 91.2% negaron haber robado y sólo el 8.7% aceptaron hacerlo. (Cuadro No. VI)

Hasta el anterior cuadro podemos decir que en el medio ambiente familiar en que se encuentran inmersos los jóvenes entrevistados, pasemos ahora a analizar los cuadros que se puede decir pertenecen o son datos propios o personales.

Para poder decir y ver hasta donde los medios de comunicación han influido en la toma de decisiones, se puede afirmar que es donde se valora el nivel de comportamiento; puesto que en la ocupación del tiempo libre encontramos que el 70% lo dedican a ver t.v.; el 36.2% a oír radio, el 42.5% a leer historietas, el 20% a leer periódicos y el 15% a leer novelas y sólo el 7.5% contestaron no hacer nada con su tiempo libre

Si se considera que el 70% ven t., el 32.2% oyen radio, el 4.2% leen cuentos, el 20% leen periódicos y el 15% leen novelas y sólo el 7.5% contestaron no hacer nada, se puede ver con absoluta claridad que los medios de comunicación en sus diversas formas ocupan bastante tiempo de los jóvenes y ahora más que nunca resultará interesante saber hasta donde son controlados y dirigidos para ser instrumentos de la sociedad de consumo. (Cuadro No. VII)

Por principio se les interrogó sobre el consumo de estupefacientes y estimulantes y el resultado fue por demás revelador; el 73.7% consumen tabaco, es decir cigarros y sólo el 26.3% no lo hacen y las marcas son las que mayor número de anuncios vieron tanto en t.v. como en la radio.

Sobre el consumo de alcohol, la respuesta fue que el 10% aceptaron ingerirlo, pero esto se dio sólo en los alumnos de 6º año y - la mayoría, en aquellos cuyas edades eran de 12 a 15 años, influencia también de los medios de comunicación, situación que más adelante veremos y comprobaremos.

Resulta interesante hacer notar que también el consumo de refrescos tiene gran demanda ya que la muestra elegida, el 85% los consumen y sólo el 15% respondieron no consumirlos; las marcas de -- preferencia fue como sigue: 15% Pepsi Cola, 12.5% Coca Cola, 11% Pato Pascual, 10% tanto Lulú como Jarritos, 5% Titán, 6.2% Orange, 8.7% Peñafiel y 3.7% de todos. Razón suficiente para concluir que es a través de los medios de difusión es como se les inculca e induce al consumo de estos productos, tan perjudiciales para la salud que incluso pueden crear hábitos como es el caso de la Coca - Cola, además de lo costoso que resulta su consumo consuetudinario.

Con respecto a su comportamiento sexual del total de los 80, el - 67% negaron tener novia, solo el 32.5% lo aceptaron, eso sí todos dijeron tener amigos(as) y por lo que respecta a frecuentar protíbulos el 17.5% sí lo aceptaron y el 82.5% no, aquí influye también el ambiente ostil así como, la promiscuidad, etc. para que - el desarrollo sexual de los jóvenes se pueda considerar normal.

Conviene destacar que dentro de las expectativas de desarrollo - fueron así el 28.7% les gustaría ser doctor, 21.2% abogados, 20% maestros, 17.2% ingenieros, 8.7% enfermeros(as) y 1.2% Psicólogos.

Aquí se puede observar que las formas de orientación hacia un desarrollo que permita la realización como individuos continúa siendo la misma, los padres diciendo a sus hijos que la única carrera posible de éxito económico y social son las de doctor, abogado, maestro e ingeniero esto es frustrante para los jóvenes ya que no necesariamente para el país y para ellos mismos son las perspectivas únicas y las más convenientes y sólo el 2.5% contestó querer seguir estudiando solamente.

Se complementa lo anterior, al plantearles la pregunta de que ¿Qué harías si tuvieran 1 000, mil pesos?; las respuestas fueron de lo más irregulares el 41.2% gastarlos, 31.2% regalarlos, - 23.7% ahorrar y 3.7% invertir, puede decirse que existe la duda de principios en ellos, ya que sus respuestas oscilan entre entrar en la sociedad de consumo o simplemente por su corta edad no tener una postura definida.

Por lo que respecta al tipo de diversión de sus preferencias las respuestas fueron como sigue: 23.7% ver t.v., 21.2% todas las - diversiones, 13.7% pasear, 17.5 jugar, 20% futbol, 6,2% cine y 2.5% oír radio.

Asimismo, se les preguntó si les gusta ir al cine y 72.5% respondieron que sí y sólo el 27.5% contestó que no. También se les interrogó con respecto a escuchar radio el 90% sí y sólo el 10% restante no. Esta contradicción obedece quizá a la forma de la pregunta, ya que primero se les preguntó si oían radio y si iban al cine, más no se les preguntó si les gustaba, esto quiere decir que son los padres quienes ya están viciados e influyen en sus hijos.

Finalmente los cuadros siguientes no dan las pautas para poder estimar hasta que punto existe influencia de los medios.

Comenzemos por los periódicos; de los 80 sólo el 16.2% su respuesta fue no leer periódicos. De los más leídos fueron la Prensa el 32.5%, Novedades el 13.7% y el Sol de México con el 10%, en el caso de Alarma sólo lo leen el 7.5%; esto quiere decir que los medios impresos, que son los periódicos, son bastante leídos y es bastante variado su consumo, destacando como era de esperarse la Prensa. Periódico amarillista, porque siempre coloca a 5 comunas y primera plana las notas más sensacionalistas bien sea de la sección de policía o de notas políticas alarmantes, manejando bastante bien la fotografía de la portada. El 83.7% de ellos aceptaron leer periódicos dedicados a los deportes como son: el Esto y la Afición y en menor porcentaje el Ovociones, también considerado como deportivo. (Cuadro No.-XIII)

La influencia de las llamadas historietas, fue como sigue: el 82.5% de los entrevistados sí las leen y sólo el 17.5% respondieron no leerlas, pero veamos el tipo de lectura; el 16.2% leen caricaturas de la editorial Warner Bros; que son: el pájaro loco, Porky y sus amigos, etc, y el 15% leen los Famosos cuentos de Wald Disney ya analizados hasta lo más reconocido de sus "enseñanzas" 15.2% leen Kalimán (el hombre increíble que siempre sale triunfante ante los malos), el 10% a Superman (se anexa el recorte de un periódico para valorar sus consecuencias) el 7.5% a la Lulú; cuento donde los pequeños siempre mienten pero eso sí con sana intención o por ayudar al amigo; 6.2% tanto al Chavo del 8 (cuento con los mismos personajes de la t.v. donde los niños son mediatizados para que acepten su situación, puesto que al personaje central de dicho cuento le salen las cosas bien, no tiene madre ni padre y vive en un barril), también la misma proporción leen las famosas novelas de Yolanda Vargas Dulche "Lágrimas Risas y Amor" donde cada semana presentan episodios de la misma historia, repartida de tal modo que la gente siempre guarde el dinero para comprarla, aunque no tenga para comer, 5% Chanoc un poco humorístico y un poco en serie en ocasiones el autor se mofa de los --

acontecimientos dentro de los eventos deportivos de la actualidad, pero en él si ganan los nacionales no obstante enfrentarse con el campeón de la especialidad. (Cuadro No. XIV)

Respecto a las novelas el 75% de las respuestas fue de no leerlas sólo el 25% lo aceptó, eso sin ninguno dijo o contesto leer historietas como los agachados que los hace pensar a las desprestigiadas historietas.

Con respecto a la t.v. sólo el 15% no ve la dichosa caja, causa de dolores de cabeza de los investigadores y maestros, pero si la felicidad de los comerciantes y empresarios. En los casos que contestaron no verla podría ser, que es por no contar con el famoso aparato puesto que en la observación objetiva participante se demuestra que la inmensa mayoría hasta por dos antenas de t.v. por cada casa, la cual puede ser de lámina de cartón, desperdicios industriales, etc, pero no falta la ya imprescindible t.v. y si el 95% son asiduos televidentes, veamos ahora por lo que toca a los canales de preferencia el 73.7% ven el cinco, el 62% el dos, el 58.7% el ocho, el 37.5% el cuatro y sólo el 15% el canal trece. (Cuadro No.- XV)

Con respecto a la programación las respuestas fueron aún mas reveladoras porque al 32.6% les gusta ver caricaturas del tipo de los cuatro fantásticos, donde la violencia es el personaje central y habría que ver cuales son las consecuencias de este tipo de programas con sólo hojear los periódicos (Ver cuadro No.-XVI- de concentración respecto a programas) porque de las 95 respuestas el 15.7% ven el Chavo del 8 programa mediocre y deformante de la realidad que ellos mismo viven y que les sirve de escape o como mediatizador, el 13.6% ven películas mexicanas del tipo "Nosotros los pobres ustedes los ricos" que continuamente son repetidas dentro de la programación de la t.v., el 6.3% ven novelas que son totalmente mediatizadoras, al igual que las películas extranjeras que casi no son vistas puesto que traen consigo títulos en español y -- eso es trabajo por lo que mejor le cambian de canal.

Lo más revelador vino cuando se les preguntó sobre los anuncios; el 23% recordaron los anuncios de las empresas paraes-
tatales, el 36.9% sobre productos varios para el hogar su-
puestamente el 16.9% sobre golosinas, el 20% sobre supuestos
comestibles y el 3% sobre los anuncios de los bancos.

C A P I T U L O V I I I

LAS HISTORIETAS O COMIC'S.

En el presente capítulo trataremos de describir como es posible que por medio de las historietas o comic's, en una sociedad se pueda realizar la penetración mental. Porque no se puede negar que este medio de comunicación es tan poderoso que va lacerando la mente de acuerdo a lo que previamente se estableció y de acuerdo con esto será el tipo de historieta que se impulsará en el mercado.

Porque no podemos pensar que una historieta cuyos personajes sean o represente a una clase social determinada sea vendida - precisamente en otra donde las condiciones de clase son diferentes.

Es decir, cada clase social será bombardeada de acuerdo con su forma y manera de pensar y sentir. Suele utilizarse como un medio de difusión de un determinado sistema que se quiere implantar o mantener, en la medida de que los medios de comunicación son las herramientas de que se vale la burguesía para mantener a la gente satisfecha con su modo de ser, porque le va inculcando que sí es posible, que los personajes de tal o cual historieta logran el éxito, por que no ellos sí tienen las mismas oportunidades.

Como muestra de la influencia que los medios de comunicación ejercen en la sociedad, hagamos referencia al artículo de Ariel Martínez donde, también hace incapié de esta penetración mental tan importante en sociedades como la nuestra donde este tipo - de penetración ya se encuentra bastante difundido.

"Los estudios y discusiones sobre la historieta como fenómeno de comunicación masiva son prácticamente reciente.-- Hace 30 años la ceguera de los intelectuales frente a la importancia de este medio era total como ha señalado acertadamente Alejo Carpentier en un texto de elogio y reivindicación del cómic's los miembros del santo oficio de la cultura desprecian a los muñequitos, por considerarlos "apriori" como ilegible y lanzaban toda clase de anatemas y lamentaciones contra lo que para ellos era una manifestación típica del mal espíritu de la época. "Esta posición de los intelectuales frente al "cómic" no ha cambiado mucho, no obstante que de un tiempo para acá, 10 años cuando menos, se ha publicado un verdadero alud de estudios sobre la historieta. Paralelamente, las conferencias y mesas redondas-, se han vuelto una costumbre.- Sin embargo, la mayor parte de las conclusiones a que se llega en toda actividad verbalista al rededor del "cómic" siguen siendo las mismas que apunta carpentier. En nuestra sociedad el "cómic" existe como medio de penetración ideológica. (1)

"El "cómic" existe en la medida en que se comunica - con eficiencia un mensaje enajenante y reaccionario, el mensaje de la ideología dominante, la única forma de combatirlo no es teorizando ociosamente, sino oponiéndole una resistencia - real, y que otra resistencia contra "el cómic" puede ser más eficaz que contra el "cómic mismo" ? (2)

Es decir se puede pensar en luchar en contra de él en su propio terreno con sus propias armas, buscando la forma de que la gente logre darse cuenta de lo peligrosa que es esta -

(1) Martínez Ariel "La maldad de los monitos", Revista Mañana, Año 34 Núm.1805, Abril 1º1978, P. 20-25.

(2) IBIDEM.

penetración, en suma debemos tener conciencia de la función enajenante que el 'comic' cumple en nuestra sociedad, la forma más eficaz de combatirlo no es con denuncias ni con las lamentaciones, sino saliéndole al paso de su propio terreno, o sea creando otro tipo de comic radicalmente distinto, una nueva alternativa, que en la exacta terminología de los historietistas cubanos es llamada "anticomic".

Procurando que este nuevo tipo de comic, este adecuado a la forma y manera de ser del mexicano por que no hay que olvidar que es necesario que "Empecemos por señalar que el 'comic' tal como lo conocemos, no es más que el resultado de las relaciones capitalistas de producción. Como señala el historietista cubano Fidel Morales, en un artículo de la revista (c)línea: "La historieta den el marco de la sociedad capitalista y de los países de pendientes, no nace como necesidad popular de expresión, sino como producto de consumo". Tratándose pues de una mercancía su contenido lógicamente estará formado por los valores económicos del capitalismo. Su finalidad exclusiva es vender cada vez más para acumular capital..."(3)

Y si además del elevado número de historietas que se venden en México, vemos el contenido de estas, basado en su gran mayoría en una visión deformada del sexo y de violencia, solo lo gran enviciar a los jóvenes quienes reprimidos en su hogar por falta de orientación, buscan satisfacer sus incipientes emociones, en otras fuentes, que en este caso recurren a una sobredosis de violencia, las consecuencias son sumamente desalentadoras para la formación racional, crítica y equilibrada de las nuevas generaciones.

(3) IBIDEM.

Después del revelador análisis que sobre el pato Donald hicieron Ariel Dorfman y Armando Mattelart, en argentina sabemos perfectamente que clase de mensaje nos está comunicando la más universal de las historietes norteamericanas. El simpático y neurótico patito que ha alegrado nuestra infancia colandose hasta lo más recóndito de nuestros sueños, no es otra cosa que la exaltación fríamente racional del sistema capitalista. (4)

En el comienzo de Donald, no existe el trabajo, ni siquiera la familia ahí lo único que cuenta es el capital, que como por arte de magia cae del cielo directamente a las accas del abuelo Mac Pato. En los cuentos de Donald y sus sobrinos es una necesidad vital ir detrás de Mac Pato, el hombre poseedor del dinero, el hombre regocijante que se hecha clavados en su gigantesca alberca de billetes y monedas, así que, el único ideal a perseguir en esa historieta espejo del capitalismo, es el dinero.

"Ahora bien, las masas receptoras de este mensaje, -- por supuesto tienen que trabajar para obtener no ya la onfrca alberca pletórica de billetes, sino lo mínimo suficiente para subsistir, han sido condicionados por la educación para aceptar dicho mensaje como lo más natural del mundo. Una exacta descripción del hecho lo encontramos en la siguiente cita del escritor español Terencia Molix...como producto destinado a un consumo masivo, el "comic" ha de cuidar en todos momentos de satisfacer lo que la mentalidad consumidora espera de él y si esta mentalidad viene configurada desde sus raíces-es decir a partir de la enseñanza primaria-en una línea conceptual determinada, el fabricante ha de tener muy en cuenta la educación entre lo que el producto sugiere y la imagen que el consumidor tiene formada de sus sugerencias".

(4) IBIDEM.

A la gente desde hace tiempo se le ha ido condicionando a la existencia de gente sumamente rica y la que solo le sirve, y ya solo se preocupa por conseguir lo necesario para subsistir, ya no tiene en mente la lucha por se algo o alguien mejor y sobre todo a de comprar satisfactores innecesarios porque ya esta condicionado a consumir solo por consumir.

Es por eso de considerarse en determinado momento más-peligrosa la penetración de las historietes que la de cualquier otro medio de comunicación. Porque si uno se pone a observar a la gente de cualquier lugar apartado de las localidades a donde llega la televisión, les podrá faltar la carne, la leche, las es-cuelas, pero su cuento Lagrimas, Risas y Amor, nunca. Para ellos es preferible formarse nubes de humo en la cabeza que preocuparse por el que comeran mañana.

La situación se antoja peligrosa, por lo cual es necesario que nos demos cuenta de esta realidad, refiramonos nuevamente a quien ilustra el mensaje de la ideología dominante, a través del actual "comíc" mexicano, citado a continuación un texto de la celebre argumentista Yolanda Vargas Dulché que dice: En mis novelas nunca he hecho la apología del crimen; ni del robo, ni de la prostitución, ni del vicio, ni de la mentira. He tratado de ensalzar las virtudes humanas en un afan de perfeccionamiento y de contribuir a superar muchas debilidades y frsutaciones. El mal recibe su castigo y el bien triunfa invariablemente ...El medio que me une a mis semejantes, el eco de la inquietud-vibrante de una clase social que no tuvo forma de expresarse, la interpretación de sus sueños y esperanzas, la risa expontanea y-sincera, la lagrima y el suspiro de una mente atormentada, las ansias de los desarraigados que buscan una luz y una satisfacción íntima en medio de su existencia llena de angustias, esto es la historietta para mí.

Vargas Dulché, con manigueísmo omnipotente, como eco de una frustración social que hace gargaritas para conformarse, - como interprete de las angustias y esperanzas del proletariado, o lo que es lo mismo, la eterna dualidad convertida en industria "nosotros los pobres y Ustedes los ricos. (5)

Este sueño color de rosa que la ha hecho millonaria, la celebré argumentista en cumbre instintivamente la ideología del explotador. Un millor de ejemplares vendidos semanalmente de cada una de sus incontables revistas asegura así la permanencia del sistema.

Es también de tomarse cuenta las demás historietas -- aún más peligrosas a corto tiempo, aquellas cuyo contenido es el sexo y la violencia que solo provocan en las mentes de los lectores frustraciones que pueden ser volcan que hara erupción cuando se encuentres solos en algún lugar ante la oportunidad de sacar todas sus frustraciones y por la fuerza hagan uso de ellas, o cuando una gente que posea más que ellos su mente estará ya configurada a formarse una idea que solo por medio de la violencia podra lograr las cosas y actuara por instinto no en forma racional. Y esto puede ser peligroso porque solo lograremos hacer de esta sociedad, una selva donde impera la ley del más fuerte.

Todas las historietas logran formar una realidad, solo posible en los sueños y cuya función reside en controlar a la gente para ir poco a poco acostumbrandolas a ver con naturalidad que unos tienen y otros nada tienen, porque además pueden seguir soñando solo que quieran al cabo y al fin con soñar nada logran.

Contra este modelo de comic enajenante ha venido luchando desde hace más de 10 años Eduardo del Río, Rius. Primero - en los Supermachos y después con los Agachados representando a la alternativa al anticimic mexicano...Sin embargo es muy poco comparado con los millones que semanalmente se venden. - La consigan entonces ese ditar estrategicamente no solo un título como los agachados sino 2,3,50,100, el pueblo los esta esperando.

TERMINAR CON EL COMIC ENAJENANTE ES LA SOLUCION.

(5) IBIDEM

C A P I T U L O I X.

APENDICE METODOLOGICO-TECNICO.

Selección de la muestra:

Partiendo del principio en que descansan las muestras de que "Las partes representan al todo. En la medida que el fenómeno presenta homogeneidad, en esa medida la selección de la muestra presentará menos problemas para lograr su representatividad". (1)

En el caso de estudio nuestros parametros fueron; el universo que compone el fenómeno observado contiene una cantidad considerable de características similares que lo hacen homogéneo, por lo tanto el tipo:

- a).- La población objeto de estudio es grande; - 10,450 alumnos; según datos proporcionados por la zona 32 del Valle de México (S.E.P.)
- b).- El cuestionario que se aplica es reducido-- (36 preguntas)
- c).- Las alternativas de respuesta son mutuamente excluyentes.

El estudio se realizó de esta manera, por que solo se considero ser a nivel exploratorio; y fue aplicado en las 5 escuelas primarias de la colonia aurora del Municipio de Nezahualcoyotl, a, cada 2 alumnos del 5º y 6º grado exclusivamente:(2)

La fórmula fue:

$$N = \frac{Z^2 Pq}{E^2}$$

(1) Rojas Soriano Raúl, Gua para realizar Investigación Sociales. UNAM, F.C.P.S. 1979 P. 129-133

(2) IDEM

N= Muestra

Z= Nivel de Confianza

E= Nivel de Precisión

Pq= Variabilidad

Nivel de Confianza(z): 92.5% de donde $92.5 \div 2$ queda (porque la curva normal está distribuida en dos partes iguales) 46.25 buscando en la tabla de la curva Normal tipificada de 0 a z de 1.78.

Nivel de precisión (E)= 8 por ciento (.08)

Variabilidad P= .8 q= .2

De donde despejando la formula y Sustituyendo Valores:

$$N = \frac{(1.78)^2 (.8) (.2)}{(.08)^2}$$

N= 79.21 o sea 80 casos.

La presente cédula es con el fin de obtener los datos necesarios para la elaboración de la tesis profesional y estos son de absoluta confidencia.

Identificación de la cédula

Entrevista a escolares

aplicable a 5º y 6º grado de educación primaria de la Colonia aurora

Estado _____

Municipio _____

Localidad _____

1.- EDAD:

1 - 1	1.2	1.3
10-12	12-14	14 ó +

2.- GRADO ESCOLAR _____

3.- Sexo:

2.1	2.2
F	M

4.- Número de hermanos;

3.1	3.2	3.3	3.4
1a 3	4a 6	7a 9	10 ó más

5.- Personas que viven en la casa _____ números de cuartos _____

6.- Tus papás son casados?

5.1	5.2	5.3
sí	no	no sabe

7.- Tus papás saben leer? _____, hasta que año estudiaron; tu papá _____ tu mamá _____, no sabe _____

8.- Quienes ayudan con el gasto de la casa, aparte de tu papá:

8.1	8.2	8.3	8.4
tu mamá	tus hermanos	tus tíos	otros

9.- En que trabaja tu papá; _____
tu mamá _____ no sabe _____

10.- Cuanto gana tu papá; _____ tu mamá si trabaja; _____
_____, o tus hermanos _____

10.3
no sabe

11.- Fumas? si _____ no _____, que marca de cigarros _____
otra cosa _____ y por que? _____, desde cuando,

12.- Tomas refresco? si _____ no _____ que marca _____
y por que? _____ desde cuando _____

13.- Tomas, alcohol, cerveza o pulque? si _____ no _____, que marca _____
por qué? _____ desde cuando _____

14.- Has fumado marihuana?

14.1	14.2	14.3
si	no	cuantas veces;

14.3.1	14.3.2	14.3.3	14.3.4
1 a 3	3 a 6	7 a 9	10 o más

Porque? _____ desde cuando _____

15.- Has probado el cemento o alguna otra droga? si _____ no _____
de cual _____ cuantas veces _____ por qué? _____

16.- Cual es tu religion? _____ la de tus papás? _____

17.- Has robado? si _____ no _____ cuantas veces _____ por que? _____

18.- Cuando tienes tiempo libre, que haces?

18.1	18.2
oír radio	ver t.v.

18.3	18.4	18.5	18.6
ir al cine	leer periódico	leer cuentos	leer novelas.

18.7	18.8	18.9
ver revistas d' s.	de violencia	de cuales.

otra cosa _____ o nada _____

19.- tienes novia? si _____ no _____, amigas (os)? si _____ no _____ de que tipo _____, frecuentas lugares donde existen prostitutas? si _____ no _____ por que? _____

20.- Que periódico lees? _____ no lees _____

21.- Cual de los comerciales de la T.V. te gusta más? _____
_____ menciona tres _____

22.- Cual es tu héroe favorito de la T.V.? _____
o tu ídolo, _____ por qué? _____

23.- Cuál es tu héroe en general? _____ y por qué? _____
_____ no tiene _____.

24.- Cuales son los cuentos que lees? _____
Cuál te gusta más y por qué? _____

25.- Vas al cine? si _____ no _____, que tipo de películas te gusta más _____
_____ y por qué? _____

26.- Conoces a:

Superman, si _____ no _____, donde lo has visto _____

Kaliman, si _____ no _____, donde lo has visto _____

Memín, si _____ no _____, donde lo has visto _____

El Chavo, si _____ no _____, donde lo has visto _____

El ojo de Vidrio, si _____ no _____, donde lo has visto _____

Te gustaría ser como alguno de ellos? sí ___ no ___ cual de ellos y por qué?

27.- Oyes radio? sí ___ no ___ que estaciones _____, que programas te gustan más _____ y por qué? _____

28.- Ves T.V.? sí ___ no ___, que canales y que programas _____

29.- Qué tipo de diversión te gusta más? _____

y por qué _____

30.- Qué te gustaría ser de grande? _____

y por qué _____

31.- Estás de acuerdo con tu forma de vida? sí ___ no ___, por qué _____

32.- Lees novelas? sí ___ no ___, Cuales _____ por qué _____

33.- Si tuvieras 1,000 pesos que harías? _____

34.- Sabes lo que es el sexo? sí ___ no ___, y para que sirve _____

_____, te masturbas? _____

35.- Cuando compres algo, piensas siempre en algún anuncio de ese producto antes de decidirte? sí ___ no _____

36.- Cuando tienes dinero que compras? _____

Observación; Tiempo _____

C A P I T U L O X

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

Durante la época en que se realizó la investigación, los resultados mostraron que: efectivamente, el área se encuentra localizada la colonia objeto de estudio tiene las características de una zona sub-urbana; es decir presentaba insalubridad, escases de escuelas, hospitales, luz eléctrica, agua, drenaje, alcantarillado, sus condiciones eran precarias y mal su funcionamiento, ya que surgieron de la anarquía y no de la urbanización planificada; con esto se demuestra claramente lo anárquico pero creciente proceso de urbanización.

El mayor porcentaje de sus habitantes provienen del Distrito Federal, son gente que han sido lanzadas de los barrios modernizados o que no tienen un hábitad fijo y se asientan en este lugar, porque son víctimas de la publicidad con que se vendían los terrenos de esta zona,

El resto de los habitantes provienen del interior de la República, los cuales también sufren su frustración al no encontrar "El Paraíso Prometido" por los publicistas de los fraccionamientos ya que esta población sale de su lugar de origen con la idea de encontrar mejores oportunidades y mejores niveles de vida o por lo menos su objetivo es tener un pedazo de tierra donde vivir pues sus costumbres arraigadas ancestralmente así se los pide.

La zona que abarca ciudad Nezahualcoyótl se puede considerar como dormitorio ya que toda la población económicamente activa hasta esa fecha trabaja, fuera de esta zona y por tanto - se puede considerar también como una área rica en mano de -- obra barata.

La ciudad nace como una zona de invasión y de especulación de la tierra por parte de los fraccionadores la tasa de sub- y desocupación es de las más elevadas del país, puesto que n no existe industrias.

La cultura de sus pobladores es una mezcla de las diversas culturas de las regiones rurales del país de donde emigran, - con los valores y pautas de la sociedad de consumo, tipifica da por la Sociedad Urbana.!

El núcleo familiar en promedio lo forman 9 miembros siendo estos: el padre, la madre y los hijos, no como tradicional-- mente se conoce con abuelos tíos; sobrinos y compadres; el - número de hijos por familia arroja datos alarmantes pues ha- cen en promedio de doce a quince y sobreviven de seis a sie- te según datos de la investigación.

La composición jerárquica de la familia esta bién defini- da existe el patriarcado y el matriarcado; el padre aporta e total del ingreso familiar toma las decisiones que afectan - al grupo y es autónomo para utilizar su tiempo libre en donde más le guste.

Por otro lado en algunas familias es la madre quién toma las decisiones por el núcleo familiar y el padre solo se somete a estas.

El resto de los miembros no participan en las descisiones so-
lò se limitan a obedecer.

Dado el número creciente de miembros por familia se desprende
el aumento de mano de obra, desocupada, aunado al continuo arri-
bo de más familias.

Si a todo lo anterior le agregamos el hecho que un alto por--
centaje de los jefes de familia no cuentan con los suficientes--
estudios o capacitación para arpirar a empleos mejor remunera---
dos nos da como resultado, que los ingresos de estas familias --
son bajos, esto trae como consecuencia una deficiente alimenta--
ción y bajo aprovechamiento en las escuelas . Y si además toma--
mos en cuenta lo difícil que resulta capacitarse si solo existen
dos escuelas de nivel medio y las superiores solo se encuentran-
en el Distrito Federal, se comprueba que su nivel de vida es pre
cario.

Por otro lado cabe destacar la existencia del problema de la -
vivienda en cuanto a su legalidad puesto que se especuló con -
las tierras por parte de los fraccionadores, además es escasa y -
muy mala.

El espacio dedicado a la habitad es pequeño, provocando el --
hacimeinto y las condiciones de higiene sean nulas, no cuentan -
con agua potable, drenaje y sin embargo los medios de comunica -
ción masiva ya son parte del habitad no existen casas sin televi
sión y sin radio, que se encienden desde muy temprana hora y se-
apagan hasta muy tarde, además las historietas de comic's, junto

con los anteriores se convierten en los unicos medios de obten cultura.

Los mensajes de los publicistas de los medios de comunicación masiva son asimilados a través de la televisión la radio los periódicos y los pasquines, provocando un cambio en los hábitos tradicionales del vestir, comer, descansar, pensar -- comportarse, para llevarlos a consumir todos los días según sea el color sabor tonada del anuncio de moda.

Porqué según los resultados de investigación, tenemos que por ejemplo consumen cigarro (cuadro No VIII) un 73.7%; no importa la marca sino que los consuman aunque sean menores de edad.

En el cuadro IX sobre el consumo de refrescos el 85% de los entrevistados aseguraron consumirlos, tampoco importa la marca sino el hecho de que en lugar de tomar alimentos de igual precio si toman refrescos, dada la cantidad de publicidad de estos.

La influencia de los hábitos de consumo queda demostrada en el cuadro XIX, cuando se les preguntó; "si cuando compras algo piensas en algun producto antes de decidirte", solo el 62.5 % reconoció que sí, el resto el 37.5% dijo que nó, sin embargo a la pregunta " de que cuando tienen dinero que compran" -- (Cuadro XIX) el 77.3% lo gastan y el 18.7% no contestaron y sólo el 3.7% lo ahorran.

Con esto se comprueba la incorporación de los habitantes desde muy temprana edad a la sociedad de consumo.

Todo lo anterior da como resultado que efectivamente la Industria Cultural a través de los medios de comunicación masiva influye en los habitantes provocando una serie de asincronías, es decir, conflictos generados por una carencia material de -satisfactores de las más elementales necesidades; que dan lugar a nuevas imágenes valorativas frustantes irracionales que permiten la manipulación de todas las personas y como consecuencia su enajenación.

BIBLIOGRAFIA.

- Arreola Gerardo; Las ciudades Pérdidas, fondo de Cultura Econó-
"Testimonio del Fondo" Núm.16, México, 1974
- Bataillon Claude; Las zonas suburbanas de la ciudad de México, -
Instituto de Geografía.-UNAM México 1968
- Bernal Sahugun Victor M.; Anatomía de la Publicidad de México.-
Monopolios, enagenación y desperdicio, Edito-
rial Nuestro Tiempo, Temas de actualidad.- Mé-
xico, 1965.
- Dorfman Ariel y Mattelart Armand; Para leer el pato Donald Siglo
XXI, México España, Argentina, 1975.
- Edward E. Calmk, Woodrow, Burah, Alejandra Moreno Toscano, Keith
A. Davies, Luis Uniguel.
Ensayo sobre el desarrollo Urbano Sep Setentas
143 S.E.P. México 1974.
- Hernecker Martha; Los Conceptos Fundamentales del Materialismo -
Historico, Siglo XXI, México 1968.
- Herner de Schnelz; Tarzan, el hombre Mito Sep Setentas Núm 139 -
S.E.P. México 1974
- Leñero Otero Luis, Sahugún Julio, S.J. y otros, Desintegración
Familiar (un tema de coneitlu) cubimex Méxi-
co 1965
- Marx Carlos.- El capital Tomo 1 F.C.E. 1968
- Mendel Ernest.- Introducción a la Teoría Económica Marxista, E
dit. Era México
- Marini Ruy N. Mauro; Dialéctica de la Dependencia Edit. Era.
- Menendez Antonio, Comunicación Social y Desarrollo, F.C.P.S. -
UNAM, Serie Estudio Núm 24 México 1977

Mendez Alcocer Matilde H.; El Desempleo en Cd. Nezahualcóyotl
Tesis de Trabajo Social, México, 1972

Matterlart Armand; La Cultura Como Empresa Multinacional Serie
Popular Era Núm 25, México 1974.

Monsivaiz Sánchez Roberto; Diagnostico, Tratamiento y Prevención
de la Delincuencia Juvenil, Tesis Facultad de -
Ciencias Políticas y Sociales UNAM, México 1963.

Pascali Antonio.- Comunicación y Cultura de Masas, Monte Avila
Editores, C.A. Venezuela.

Peralta Enma.- La familia Tesis F.C.P.S. UNAM México 1956

Pichard Pagaza Ignacio: Lic., Administración Pública y Desarrollo
Urbano, Ponencia Primer Coloquio Internacional
sobre Economía y Desarrollo Urbano. 1972

Reyes Sánchez Saturnino.- Algunos Aspectos de la Familia y la -
vivienda obrera en un Sector del D.F. Tesis F.C.
P.S. UNAM 1964

Rojas Soriano Raúl, Guía para realizar Investigaciones sociales,
Serie Estudios 51 F.C.P.S. UNAM México 1979

Sánchez Colín Salvador.- Estado de México "Su Historia" su am -
biente y sus Recursos.

Técla J. Alfredo y Garza Alberto, Teoría Métodos y Técnicas en la
Investigación Social.-Ediciones Cultura Popular -
S.A. México 1974.

Treviño López Relación entre la Delincuencia Juvenil y la Desor -
ganización Social Tesis F.C.P.S. UNAM 1966

APENDICE HEMEROGRAFICO

"Ciudad Netzahualcōyotl".- El cáncer de México, No 1976 Sucesos para todos, 17 de Abril de 1971.

"Netzahualcōyotl, desafío a la Sociología y al Urbanismo" Excelsior Domingo 14 de Junio de 1970.

Ariel Martínez "La maldad de los Monitos" en Revista Mañana, - Año 34 No. 1805 Abril 1o. de 1978.

Carlos González Alonso "Comunicación" El Día, Pag.18 Sec.B 4 de Octubre de 1978.

Jorge Uribe Navarrete "El pato Donald, como símbolo, es combatido por el Escritor Ariel Dorfman" entrevista de Excelsior Pág. 1 Sociales. 8-Septiembre 1978.

Irine Herner;"La Ideología del Amo y del Esclavo" (¿Porque hablamos de penetración cultural en las historietas?) Testimonio y Documentos; el Día, pág.15 21 de Septiembre de 1978.

Sara Moirón "Ciudad Nacida del Absurdo" La Salvación de Netzahualcōyotl Diorama de la Cultura, Excelsior Domingo 29 de Abril de 1971.

Gandasegui Marcos A., "Estructura Social y Medios de Comunicación Masiva" Testimonios y Documentos, 6.7 y 8 de Septiembre de 1976.

CUADRO I. (a)

SEXO Y EDADES

Sexo Edad		Abs.	%
F	10 a 12	14	17.5
	13 a 15	11	13.7
	Subtotal	25	31.2
M	10 a 12	13	16.3
	13 a 15	42	52.5
	Subtotal	55	68.7
TOTAL F.		80	100.0

Fuente: Investigación directa

En el cuadro se puede apreciar que de los 80 entrevistados 55 (68.7%) son del sexo masculino y 25 (31.2%) del femenino y -- son alumnos que cursan el quinto y sexto año de primaria, sus edades fluctúan entre los 10 y 15 años.

Del sexo femenino las edades fluctúan entre 10 y 12 son 14 (17.5%) y de 13 a 15 son 11 el 13.7%.

Con respecto a los del sexo masculino, 13 (16.3%) sus edades son de 10 a 12 años y 42 (52.5%) de 13 a 15 años.

CUADRO I. (B)

En el cuadro siguiente se ve que de los 80 entrevistados, 45 (56.3%) son del 5º grado; y 35, (43.7%) del sexto grado; 25 del - sexo femenino y 55 del masculino.

De los 45 alumnos del quinto año, 14 son del sexo femenino - y representan el 17.5% del total de los entrevistados, fluctuan- do sus edades entre los 10 y 12 años; 31 son del sexo masculino representando el 38.8% del total. De estos 31 alumnos, el 16.3% tienen edades entre los 10 y 12 años y 18 o sea el 22.5% entre 13 y 15 años.

Por lo que respecta al 6º año, de los 35 alumnos entrevista- dos, 11 (13.7%) son del sexo femenino, cuyas edades fluctúan en- tre los 13 y 15 años y 24 (30.0%) son del sexo masculino de los cuales; 24 (30.0%) tienen edades entre los 13 y 15 años.

EDAD, GRADO Y SEXO.

GRADO ESCOLAR	SEXO	ABSOLUTO	%	EDAD	ABS.	%
5o.	F	14	17.5	10 -12	14	17.5
5o.	F			13-15	0	0
5o.	M	31	38.8	10-12	13	16.3
5o.	M			13-15	18	22.5
SUB-TOTAL		45	56.3		45	56.3
6o.	F	11	13.7	10-12	0	0
6o.	F			13-15	11	13.8
6o.	M	24	30.0	10-12	0	0
6o.	M			13-15	24	30.0
SUB-TOTAL		35	43.7		35	43.7
TOTAL FINAL		80	100.0		80	100.0

Fuente: Investigación Directa.

CUADRO No. II Y CONDICIONES HABITACIONALES

Sexo Edad	NUMERO DE HERMANOS								PERSONAS QUE VIVEN EN LA CASA								NUMERO DE CUARTOS								
	1 a 3		4 a 6		7 a 9		10 ó +		3 a 5		6 a 8		9 a 11		12 ó +		1 a 2		2 a 4		5 a 6		7 ó +		
	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	
F	10 a 12	3	12.0	4	16.0	4	16.0	3	12.0	3	12.0	6	24.0	4	16.0	1	4.0	5	20.0	6	24.0	2	8.0	1	4.0
	13 a 15	1	4.0	3	12.0	6	24.0	1	4.0	2	8.0	2	8.0	6	24.0	1	4.0	3	12.0	5	20.0	3	12.0	0	0.0
	Subtotal	4	16.0	7	28.0	10	40.0	4	16.0	5	20.0	8	32.0	10	40.0	2	8.0	8	32.0	11	44.0	5	20.0	1	4.0
M	10 a 12	7	12.7	5	8.8	1	1.8	0	0.0	5	9.1	5	9.1	3	5.4	0	0.0	7	12.7	5	8.8	1	1.8	0	0.0
	12 a 15	7	12.7	14	24.5	17	30.9	4	7.2	5	9.1	15	27.2	16	29.0	6	10.9	9	16.3	15	27.2	14	24.5	4	7.2
	Subtotal	14	25.4	19	33.7	18	32.7	4	7.2	10	18.1	20	36.3	19	34.5	6	10.9	16	29.0	20	36.3	15	27.2	4	7.2
TOTAL F.	18	22.5	26	32.5	28	35.0	8	10.0	15	18.7	28	35.0	29	36.2	8	10.0	24	30.0	32	38.7	20	25.0	5	6.2	

Fuente: Investigación directa

El cuadro nos muestra la integración familiar y las condiciones habitacionales en que se encuentran:

El 35% de los entrevistados (28 casos) tienen de 7 a 9 hermanos, el 32.5% (26 casos) tienen de 4 a 6 hermanos el - - 22.5% (18 casos reportan tener entre uno y tres hermanos y el 10% (8 casos) afirman tener 10 ó más hermanos.

El 36.5% de los entrevistados (29 casos) informan que en su casa viven de 9 a 11 personas: en el 35% de los casos (28 entrevistados) viven de 6 a 8 personas en el 18.7% (15 casos) viven de 3 a 5 personas y en el 10% (8 casos) viven 12 ó más personas.

En 31 casos (38.7% habitan casas de 3 a 4 cuartos, en 24 casos (30%) viven en casas de uno a 2 cuartos, en 20 casos (25%) viven en casas de 5 a 6 cuartos y en 5 casos (6.2%) viven en casas de 7 ó más cuartos.

Estas respuestas arrojan otra serie de datos de relevante importancia; en 29 casos (36.2%) la relación entre habitaciones es de 4 personas por cuarto, en 29 casos 32% más, esta relación es de tres personas por cuarto; en 14 casos 17.5% es mucho dos personas por cuarto, en 5 casos 6.2% la relación es de una persona por cuarto y en tres cuartos casos 3.7% es de 5 personas por cuarto.

CUADRO No. III ESCOLARIDAD DE LOS PADRES

Sexo	Edad	CASADOS				SABEN LEEF.				ESCOLARIDAD PADRE		ESCOLARIDAD MADRE							
		SI		NO		SI		NO		+ Prima- ria		- Prima- ria		+ Prima- ria		- Prima- ria		abs	%
		abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%
F	10 a 12	13	92.8	1	6.7	13	92.8	1	6.7	11	78.0	3	21.4	13	92.8	1	6.7		
	13 a 15	11	100.0	0	0	11	100.0	0	0	10	90.9	1	11.1	11	100.0	0	0		
	Subtotal	24	96.0	1	4.0	24	96.0	1	4.0	21	84.0	4	16.0	24	96.0	1	4.0		
M	10 a 12	13	100.0	0	0	13	100.0	0	0	11	84.6	2	15.3	13	100.0	0	0		
	12 a 15	42	100.0	0	0	40	95.1	2	4.7	37	88.0	5	11.9	38	90.3	4	9.3		
	Subtotal	55	100.0	0	0	53	96.3	2	3.9	48	87.2	7	12.7	57	92.7	4	7.2		
TOTAL F.		-79	98.7	1	1.3	77	96.2	3	3.7	69	86.0	11	13.7	75	93.7	5	6.2		

Fuente: Investigación directa

La información que vierte este cuadro nos da a conocer, el estado civil en que se encuentran los padres de los entrevistados, dando como resultado que de los 80 casos, todos contestaron que sus padres estaban casados. En lo que se refiere al analfabetismo de los mismos; 77 o sea el 96.3% contestaron que sus padres sabían leer y sólo en 3 casos - el 3.7% no sabían.

En cuanto a la escolaridad del padre 69 o sea el 86.0% tienen estudios superiores a la primaria o habían terminado ésta; y sólo el 11 el 13.7% no habían ni siquiera terminado la primaria.

Respecto a la escolaridad de la madre, 75 o sea el 93.8% terminaron su primaria y tienen un poco más de estudios y - sólo 5 el 6.2% no terminaron la primaria.

CUADRO NUMERO IV: OCUPACION DE LOS PADRES.

SEXO Y EDAD	OCUPACION DEL PADRE.														ADEMAS DEL PADRE TRABAJAN							
	OBRERO		EMPLEADO		COMERCIO		ALBAÑIL		PROFESIONISTA		ELECTRICISTA		EBANISTA		MECANICO		CHOFER		MADRE		HERMANO	
	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%
10 a 12 F	3	21.4	4	28.6	1	7.1	1	7.1	1	7.1	1	7.1	2	14.2	1	7.1	0	0	3	21.4	4	28.6
13 a 15	4	36.4	3	27.2	0	0	1	4.1	0	0	0	0	1	9.1	1	9.1	1	9.1	5	45.4	4	36.4
SUB-TOTAL	7	28.0	7	28.0	1	4.0	2	8.0	1	4.0	3	12.0	3	12.0	2	8.0	1	4.0	8	32.0	8	32.0
10 a 12 M	2	15.3	5	38.4	0	0	1	7.6	0	0	2	15.3	0	0	1	7.6	2	15.3	2	15.3	1	7.6
12 a 15	12	28.5	12	28.5	7	16.6	1	2.4	2	4.7	0	0	4	9.7	0	0	12	28.5	12	28.5	19	45.2
SUB-TOTAL	14	25.4	17	30.9	7	12.7	2	3.6	2	3.6	2	3.6	4	7.2	1	1.8	14	25.4	14	25.4	20	36.3
TOTAL F.	21	26.2	24	30.0	8	10.0	4	5.0	3	3.7	3	3.7	7	8.7	3	3.7	22	27.5	22	27.5	28	35.0

FUENTE: Investigación Directa.

El cuadro nos muestra la ocupación del padre y las fuentes de ingresos familiares nos queda que: En el 30% de los casos (24 entrevistados) el padre, es empleado; en el 26.2 (21 casos) es obrero; en 8 casos (10%) es comerciante; en 8.7% 7 casos, es chofer, el 8.7% 7 casos, es ebanista, 3.7% - 3 casos son electricistas y también el 3.7% son profesionistas, el 5% 4 casos, son albañiles; el 3.7% 3 casos son mecánicos. En el 62.5% de los casos (50 entrevistados) hay ingresos por parte de la familia, en el 30.0% de los casos estos ingresos provienen de los hermanos (28 casos); en el 27.5% (22 casos) este ingreso proviene de la madre.

CUADRO NUMERO V: FUENTES DE INGRESOS FAMILIARES

SEXO Y EDAD	INGRESOS DEL PADRE.								INGRESOS DE LOS HERMANOS									
	NO		- MINIMO		+ MINIMO		NO		- MINIMO		+ MINIMO		NO		- MINIMO		+ MINIMO	
	BAS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%
10 a 12	0	0	2	14.3	12	84.7	10	78.0	1		2		10		2		2	
F																		
13 a 15	0	0	4	36.4	7	63.6	6	54.5	4	36.4	1	11.1	7	63.6	0	0	4	36.4
SUB-TOTAL	0	0	6	24.0	19	76.0	17	68.0	5	20.0	3	12.1	17	68.0	2	8.0	6	24.0
10 a 12	0	0	0	0	13	100.0	11	84.6	1	7.6	1	7.6	12	92.3	0	0	1	7.6
M																		
12 a 15	0	0	2	8.0	40	95.1	30	71.4	4	9.7	8	19.0	23	54.7	5	11.9	14	33.3
SUB-TOTAL	0	0	2	3.6	53	96.3	41	74.5	5	9.5	9	16.3	35	63.6	5	9.1	15	27.2
TOTAL F.	0	0	8	10.0	72	90.0	58	72.5	10	12.5	12	15.0	52	65.0	7	8.7	21	26.2

FUENTE DE INVESTIGACION: DIRECTA

En el cuadro se puede ver claramente la fuente de ingreso familiar.

En 72 casos 90% el ingreso del padre es mayor al salario mínimo; en un 10%, 8 casos es inferior al mínimo. Por lo que respecta a los ingresos de la madre, el 12.5%, 10 casos ganan menos del mínimo y el 15%, 12 casos ganan más que el sueldo mínimo y 72.5% 58 casos, no trabajan

De los ingresos de los hermanos en 21 casos el 26.2% ganan más del mínimo y 7 casos, el 8.7% sus ingresos son menores al mínimo, del total de 28 casos el 35% son los que trabajan.

CUADRO NUMERO VI:

CONTROL RELIGIOSO Y CONDUCTA DESVIADA.

SEXO Y EDAD	RELIGION						QUIENES ROBAN			
	CATOLICA		OTRA		NINGUNA		SI			
	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%
10 a 12	12	84.7	1	7.1	1	7.1	0	0	14	100.0
F										
13 a 15	11	100.0	0	0	0	0	1	9.1	10	90.9
SUB-TOTAL	23	92.0	1	4.0	1	4.0	1	4.0	24	96.0
10 a 12	12	92.3	0	0	1	7.7	1	7.7	12	92.3
M										
13 a 15	40	95.1	1	2.4	1	2.4	5	11.9	37	88.1
SUB-TOTAL	52	94.5	1	1.8	2	3.6	6	10.9	49	89.0
TOTAL FINAL	75	93.7	2	2.5	3	3.7	7	8.7	73	91.2

FUENTE: INVESTIGACION DIRECTA.

En el cuadro se puede apreciar que la religión católica es la predominante de los entrevistados del 5o. año del total de 45; 43 sea el 53.7% son de religión católica y solo 2 el 2.5% pertenecen a otra religión, y ésta es la protestante. Solo en 3 casos negaron pertenecer a alguna religión.

Por lo que respecta al 6o. año todos los entrevistados contestaron pertenecer a la religión católica.

De lo anterior podemos inferir que del total de los entrevistados 75 el -- 93.0% pertenecen a la religión católica 2 el 2.5% son de la protestante y solo 3 el 3.7% respondieron no pertenecer a ninguna religión.

Pero de la pregunta que se refiere a los robos la respuesta fue:

Del 5o. año de los 45 entrevistados. 43 o sea el 53.7% de ellos aseguraron no haber robado y solo 2 el 2.5% aceptaron haber robado.

Por lo que se refiere al 6o. año de los 35 entrevistados 30 el 37.5% contestaron no haber robado y solo 5 el 6.2% aceptaron haber realizado robos.

Concluyendo del total de los entrevistados 73 el 91.2% negaron haber robado y solo 7 el 8.7% los que aceptaron el hurto.

CUADRO NUMERO VII.- OCUPACION DEL TIEMPO LIBRE
SEXO-EDAD

	Radio		T.V.		Cine		Periódico		Cuentos		Novelas de Sexo		Novelas de Vio.		NADA							
	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%
F																						
10a12	5	35.7	13	92.8	0	0		2	14.1	7	50.0	2	14.2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
13a15	8	72.7	5	45.4	4	36.4		3	27.2	3	27.2	1	9.1	0	0	0	0	2	18.1			
SUB-TOTAL	13	52.0	18	72.0	4	16.0		5	20.0	10	40.0	3	12.0	0	0	0	0	2	8.0			
M																						
10a12	3	23.0	9	69.2	0	0		3	23.0	5	38.4	1	7.6	1	7.6	1	7.6	0	0			
12a15	13	30.9	27	64.2	6	14.2		8	19.0	19	45.2	1	2.4	1	2.4	4	9.7	4	9.7			
SUB-TOTAL	16	29.1	38	69.0	6	10.9		11	20.0	24	43.6	2	3.6	2	3.6	5	9.1	4	7.2			
TOTAL F.	29	36.2	56	70.0	10	12.5		16	20.0	34	42.5	5	6.2	2	2.5	5	6.2	6	7.5			

FUENTE: Investigación Directa.

En el cuadro se puede apreciar que los entrevistados del sexo femenino de 10 a 12 años, su tiempo libre lo ocupan de la siguiente manera; 13 el 92.8% ven T.V.; 7 el 50% leen cuentos; 5 el 35.7% oyen radio; 2 el 14.1% leen periódico y también novelas.

Del mismo sexo pero de 13 a 15 años de edad, la situación fue la siguiente: 8 el 72.7% --- oyen radio; 5 el 45.4% ven T.V.; 4 el 36.4 leen periódicos y cuentos; 2 el 18.1% contestaron no hacer nada; 1 el 9.1% leen novelas. Lo cual quiere decir que del sexo femenino las preferencias para ocupar su tiempo libre fue 18 el 72% a la T.V.; 13 el 52% oyen radio; 10 el 40% leen cuentos; 4 el 16% van al cine; 3 el 12% leen novelas y 2 el 8% no hacen nada.

Por lo que respecta a los hombres la situación fue: 38 el 69% ven T.V.; 24 el 43.6% leen - cuentos; 6 el 10.9% van al cine; 5 el 9.1% novelas de violencia; 2 el 3.6% novelas de sexo; 4 el 7.2% respondieron no hacer nada.

El resultado fue que de los entrevistados: 50 el 70% ven T.V.; 34 el 42.5% leen cuentos; - 29 el 36.2% oyen radio; 16 el 20% leen periódicos; 10 el 12.5% van al cine; 5 el 6.2% leen novelas de todo, principalmente sobre temas de violencia; 2 el 2.5% exclusivamente novelas de violencia; 6 el 7.4% su respuesta fue no hacer nada.

CUADRO NUMERO VIII CONSUMO DE ESTUPEFACIENTES Y ESTIMULANTES.

	SEXO-EDAD				FUMAS								TOMAS ALCOHOL				FUMAS MARIHUANA						
	SI		NO		Fiesta		Raleigh		Del Prado		NO		SI		NO		SI		NO				
	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	
F 10 a 12	9	64.3	5	35.7	4	28.6	3	21.4	1	7.6	1	7.6	0	0	14	100.0	0						
F 13 a 15	8	72.7	3	27.3	3	27.2	2	18.2	2	18.2	1	9.1	0	0	11	100.0	0						
Sub-Total	17	68.0	8	32.0	7	28.0	5	20.0	3	12.0	2	8.0	0	0	25	100.0	0						
M 10 a 12	10	76.9	3	23.1	4	30.6	3	23.0	2	15.3	1	7.6	2	15.4	11	84.6	0						
M 12 a 15	32	76.2	10	23.8	14	33.3	9	21.4	5	11.9	4	9.7	6	14.3	36	85.7	0						
Sub-Total	42	76.3	13	23.7	18	32.7	12	21.8	7	12.7	5	9.1	8	14.5	47	85.5	0						
TOTAL F.	59	73.7	21	26.3	25	31.2	17	21.2	10	12.5	7	8.7	8	10.0	72	90.0	0						

Fuente: Investigación Directa

Este cuadro nos muestra los medios de comunicación son los vehículos de que sale la burguesía para que pueda -- conducir a las gentes hacia la sociedad de consumo. Como es el caso que ahora nos ocupa, donde los entrevistados del sexo femenino cuyas edades son de 10 a 12 . De los 14 que es la muestra, 9 el 64.3% dijeron fumar, no así 5 el 35.7% quienes --- negaron hacerlo. Por lo que respecta a los de 13 a 15 años, 8 el 72.7% afirmaron fumar y solo 3 el 27.3% lo negaron.

Por lo que respecta al sexo masculino 42 el 76.3% afirmaron fumar, solo 13 el 23.7% negaron el uso del cigarro -- En lo referente a la marca de su preferencia; 25 el 31.2% fuman Flesta; 17 el 21.2% Raleigh, y 10 el 12.5% del Prado, solo 7 el --- 8.7% Nao.

En lo que se refiere al consumo de alcohol solo 8 el 10.0% del sexo masculino afirmaron ingerir y 72 el 90% no lo ingieren.

CUADRO NUMERO IX.- CONSUMO DE REFRESCOS

SEXO-EDAD TOMAN REFRESCO

		M		A		R		C		A															
		S I		N O		Pato		Coca Cola		Pepsi Cola		Lulu		Jarritos		Peñafiel		Titán		Orange		Todos			
		abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%
F	10a12	13	92.8	1	7.2	3	21.4	2	14.2	2	14.2	1	7.2	0	0	1	7.2	1	7.1	1	7.2	2	14.2		
	13a15	10	90.9	1	9.1	0	0	1	9.1	2	18.1	1	9.1	2	18.1	1	9.1	1	9.1	1	9.1	1	9.1		
SUB-TOTAL		23	92.0	2	8.0	3	12.0	3	12.0	4	16.0	2	16.0	2	16.0	2	16.0	2	16.0	2	16.0	3	12.0		
M	10a12	10	76.9	3	23.1	3	23.3	2	15.3	0	0	2	15.3	1	7.6	1	7.6	1	7.6	0	0	0	0		
	12a15	35	83.3	7	16.7	5	11.9	5	11.9	8	19.0	4	9.7	5	11.9	4	9.7	1	2.4	3	7.1	0	0		
SUB-TOTAL		45	81.8	10	18.1	8	14.5	7	12.7	8	14.5	6	10.9	6	10.9	5	9.1	2	3.6	3	5.4	0	0		
TOTAL F.		68	85.0	12	15.0	11	13.7	10	12.5	12	15.0	8	10.0	8	10.0	7	8.7	4	5.0	5	6.2	3	3.7		

FUENTE: Investigación Directa.

En el cuadro se puede constatar que del total de los entrevistados, 68 el 85% afirmaron tomar refresco, solo 12 el 15% negaron su uso. Respecto a la marca de preferencia esta fue - la respuesta: 12 el 15% tomaron Pepsi Cola; 11 el 13.7% Pato Pascual; 10 el 12.5% Coca Cola; - 8 el 10% Lulu; 8 el 10% Jarritos; 7 el 8.7% Peñafiel; 5 el 6.3% Orange; 4 el 5.1% Titán; --- 3 el 3.7% toman de todos.

CUADRO X. COMPORTAMIENTO SEXUAL Y CONDUCTA ANTISOCIAL.

SEXO-EDAD	TIENE NOVIO				TIENE AMIGOS (AS)				FRECUENTA PROSTIBULOS					
	SI		NO		SI		NO		SI		NO		abs	%
	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%
F 10 a 12			14	100.00	14		0	0	0		14	100.00		
F 13 a 15	5	21.4	8	63.2	11	0	0	0	0	0	11	100,0		
Sub-Total	3	12,0	22	88,0	25		0	0	0	0	25	100,0		
M 10 a 12	5	38,4	8	61,5	13		0	0	2	15,3	11	84,6		
M 13 a 15	18	42,8	24	57,1	42		0	0	12	28,5	30	71,4		
Sub-Total	23	41,8	32	58,1	55		0	0	14	25,4	41	71,5		
TOTAL F.	36	32,5	54	67,5	80		0	0	14	17,5	66	82,5		

Fuente : Investigación Directa.

De los entrevistados del 5º año, sexo femenino de 7 a 10 años del total de 14, todos aseguraron no tener novia pero si tener amigos y no frecuentar prostibulos.

Los del sexo masculino de 7 a 10 años, de 13 casos 12 el 15.0% aseguraron también no tener novia sólo 1 el 1.2% dijo tener novia y todos afirmaron tener amigos y no frecuentar prostibulos.

También del sexo masculino de 11 a 15 años, de los 18; 16 el 20.0% contestaron no tener novia sólo 2 el 2.5% dijeron tenerla, los 18 aseguraron tener amigos y también todos aseguraron no asistir a los prostibulos.

Por lo que respecta al 6º año cuyas edades fluctuan entre los 11 y 15 años, del sexo femenino de los 11, 10 aseguraron no tener novia, sólo el 1.2% contestó lo contrario, los 11 aseguraron tener amigos y también los 11 negaron frecuentar los prostibulos.

De los del sexomasculino de 11 a 15 años de los 22, 16 el 20.0% negaron tener novia, sólo 6 el 7.5% afirmaron lo contrario. Todos aseguraron tener amigos y no frecuentar los prostibulos.

CUADRO NUMERO XI.- ESPECTATIVAS PROFESIONALES

SEXO-EDAD T E G U S T A R I A S E R SI TUVIERAS MIL PESOS QUE HARIAS

	Abogado		Doctor		Ingeniero		Psicólogo		Enfermero		Estudiar		Maestra		Regalar		Gastar		Ahorrar		Invertir		
	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	
F																							
10a	2	7.1	3	21.4	0	0	1	7.1	2	14.2	1	7.1	6	7.1	4	28.6	6	42.9	3	21.4	1	7.1	
13a	5	0	4	36.4	3	27.2	0	0	0	0	0	0	4	0	4	36.4	6	54.5	1	9.1	0	0	
SUB-TOTAL	7	4.0	7	28.0	3	12.0	1	4.0	2	8.0	1	4.0	10	40.0	8	32.0	12	48.0	4	16.0	1	4.0	
M																							
10a	2	30.6	5	38.4	2	15.3	0	0	0	0	0	0	2	15.3	3	23.0	4	30.6	4	30.6	2	15.3	
12a	5	12	23.5	11	26.3	9	21.4	0	0	5	11.9	1	2.4	4	9.7	14	33.3	17	40.4	11	26.3	0	0
SUB-TOTAL	7	29.1	16	29.1	11	20.0	0	0	5	9.1	1	1.8	6	10.9	17	30.9	21	38.1	15	27.2	2	3.6	
TOTAL F.	17	21.2	23	28.7	14	17.5	1	1.2	7	8.7	2	2.5	16	20.0	25	31.2	33	41.2	19	23.7	3	3.7	

FUENTE: Investigación Directa.

El cuadro nos muestra que de los entrevistados, 23 el 28.7% les gustaría ser Doctor; ---- 17 el 21.2% Abogado; 16 el 20.0% Maestro; 14 el 17.5% Ingeniero y 7 el 8.7% Enfermero (a); ---- 2 el 2.5% solo dijeron estudiar y 1 el 8.2% Psicólogo.

A la pregunta de que si tuvieran mil pesos que harían; la contestación fue: 33 el 41.2% - que gastarlos; 25 el 31.2% regalarlos o dárselos a; 19 el 23.7% ahorrar y solo 3 el 3.7% invertirlos.

CUADRO No. ...XII... TIPO DE DIVERSION

SEXO-EDAD	C I N E		R A D I O		T I P O D E D I V E R S I O N							
	S I abs %	N O abs %	S I abs %	N O abs %	JUGAR abs %	FUT-BOL abs %	PASEAR abs %	T. V. abs %	CINE abs %	RADIO abs %	TODOS abs %	
F	10 a 12	9 64.3	5 35.7	13 92.8	1 7.1	4 28.6	1 7.1	1 7.1	5 35.7	0 0	1 7.1	2 14.2
	13 a 15	8 72.7	3 27.2	11 100	0 0	3 27.2	0 0	1 9.1	3 27.2	0 0	0 0	4 36.4
	Sub-Total	17 68.0	8 32.0	24 96.0	1 4.0	7 28.0	1 4.0	2 8.0	8 32.0	0 0	1 4.0	6 24.0
M	10 a 12	10 76.9	3 23.0	12 92.3	1 7.6	0 0	2 15.3	2 15.3	4 30.6	1 7.6	0 0	4 30.6
	12 a 15	31 73.8	11 26.3	36 85.7	6 14.2	7 16.6	13 30.9	3 7.1	7 16.6	4 9.7	1 2.4	7 16.6
	Sub-Total	41 74.5	14 25.4	48 87.2	7 12.7	7 12.7	15 27.2	5 9.1	11 20.0	5 9.1	1 1.8	11 20.0
TOTAL F.	58 72.5	22 27.5	72 90.0	8 10.0	14 17.5	16 20.0	7 8.7	19 23.7	5 6.2	2 2.5	17 21.2	

Fuente : Investigacion Directa

En la pregunta de si van al; 58 el 72.5% dijeron que sí van; sólo 22 el 27.5% que no; 72 el 90% oyen radio y 8 el 10% no; respecto al tipo de diversión, 19 el 23.7% les gusta la T.V.; 16 el 20% jugar Fut-Bol; 14 el 17.5% jugar solamente; 7 el 8.7% pasear; 5 el 6.2% ir al cine; 2 el 2.5% oír radio; y 17 el 21.2% todos los tipos de diversión.

CUADRO NUMERO..XIII.: PERIODICOS

Sexo Edad

	Excelsior		Universal		Novedades		Heraldo		Sol de Méx		Prensa		Avance		Alarma		Todos		No. LEE				
	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	ABS	%	
F																							
10 a 12	1	7.1	1	7.1	2	14.2	0	0	2	14.2	4	28.6	1	7.1	0	0	2	14.2	1	7.1			
13 a 15	1	9.1	0	0	2	18.1	0	0	0	0	4	36.4	0	0	1	9.1	1	9.1	2	18.1			
Subtotal	2	8.0	1	4.0	4	16.0	0	0	2	4.0	8	32.0	1	4.0	1	4.0	3	12.0	3	12.2			
M																							
10 a 12	0	0	0	0	2	15.3	0	0	3	23.0	5	38.4	0	0	1	7.6	0	0	2	15.3			
12 a 15	2	4.7	0	0	5	11.9	3	7.1	3	7.1	13	30.9	1	2.4	4	9.7	3	7.1	8	18.0			
Subtotal	2	3.6	0	0	7	12.7	3	5.4	6	10.9	18	32.7	1	1.8	5	9.1	3	5.4	10	18.1			
TOTAL F.	4	5.0	1	1.2	11	13.7	3	3.7	8	10.0	26	32.5	2	2.5	6	7.5	6	7.5	13	16.2			

Fuente: Investigación Directa

El cuadro nos muestra claramente cual de los medios de comunicación impresos (periódico) es el más leído:

Del total de los entrevistados, 26 el 32.5% de ellos leen el periódico la Prensa; el 13.7% leen Novedades 8 el 10% el Sol de México; 6 el 7.5% leen Alarma; 4 el 5.0% Excelsior, 2 el 2.5% Vance; 3.7% leen el Heraldo de México; y solo el 1 el 1.5% el Universal; 6 el 7.5% aseguran leer varios (todos) y 13 el 16.2% contestaron no leer ninguno.

CUADRO NUMERO ...XIV... PASQUINES O CUENTOS

SEXO	EDAD	NOVELAS																					
		Disney		Warner		Lulú		Kaliman		Superman		Chavo '8		Lagrimas risas y amor		Chanoc		No lee		S I		N O	
		abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%
F	10 a 12	1	7.1	2	14.1	1	7.1	1	14.1	2	14.1	2	14.1	1	7.1	0	0	4	28.6	3	21.4	11	78.1
	13 a 15	0	0	1	9.1	0	0	2	18.1	3	27.2	1	9.1	1	9.1	1	9.1	2	18.1	6	54.6	5	45.4
	Subtotal	1	4.0	3	12.0	1	4.0	4	16.0	4	16.0	2	8.0	2	8.0	1	4.0	6	24.0	9	36.0	16	64.0
M	10 a 12	2	15.3	3	23.0	1	7.6	1	7.6	1	7.6	1	7.6	1	7.6	1	7.6	3	23.0	2	15.3	11	84.6
	12 a 15	9	21.4	7	16.6	4	9.7	8	19.0	3	7.1	2	4.7	2	4.7	2	4.7	5	11.9	9	21.4	33	78.5
	Subtotal	11	20.0	10	18.1	5	9.1	9	16.3	4	7.2	3	5.4	3	5.4	3	5.4	8	14.5	11	20.0	44	80.0
Total F.		12	15.0	13	16.2	6	7.5	13	16.2	8	10.0	5	6.2	5	6.2	4	5.0	14	17.5	20	25.0	60	75.0

Fuente: Investigación directa

Con respecto a la Lectura de historietas, pasquines o cuentos (comicos) las respuestas fueron así; 13 el 16.2% contestaron leer Kaliman también 13 el 16.2% contestaron leer pasquines como el Conejo de la Suerte, Porqui - - - Mickey Mause etc.; 12 el 15% leen cuentos de Walt Disney; 6 el 7.5% cuentos de la Lulú; 8 el 10% cuentos de Superman; 5 el 6.2% cuentos de Chavo del Ocho; 5 el 6.2%; cuentos de Lagrimas Risas y Amor 4 el 5.0%; Chanoc solo - el 14 el 17.5% su respuesta fue no leer cuentos y esto quiere decir que 31 el 38.7 de ellos leen cuentos tipo del Pato Donald.

Por lo respecta a lectura de novelas 60 el 75% contestaron no leer novelas y solo 20 el 25% si leen este tipo de comunicación.

CUADRO NUMERO..XV.....TELEVISION Y CANALES DE PREFERENCIA.

Sexo Edad	SI		NO		2		4		5		8		13								
	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	
F 10 a 12	13	92.8	1	7.1	9	64.3	8	63.2	10	71.3	10	71.3	1	7.1							
F 13 a 15	10	90.9	1	9.1	8	72.7	4	36.4	6	54.5	4	36.4	1	9.1							
Subtotal	13	92.0	2	8.0	17	68.0	12	48.0	16	64.0	14	56.0	2	8.0							
M 10 a 12	12	92.3	1	7.6	11	84.6	10	84.6	11	84.5	10	76.9	3	15.3							
M 12 a 15	41	97.6	1	2.4	22	52.3	8	19.4	32	76.1	23	54.7	7	16.6							
Subtotal	53	96.3	2	3.6	33	60.0	18	32.7	43	78.1	33	60.0	10	18.1							
TOTAL F.	76	45.0	4	5.0	50	62.5	30	37.5	59	73.7	47	58.7	12	15.0							

Fuente: Investigación Directa

En el cuadro se ve claramente la influencia de la T.V. porque la respuesta de sí ven o no T.V. solo es el 15% no lo hacen

Por lo que se refiere a el canal de preferencia quedo así; 59 el 73.7% de 76 ven el canal cinco; 50 el 62.5% el canal dos; 47 el 58.7% el canal Ocho; 30 el 37.5% el canal Cuatro; y el 12 el 15.0% el canal trece.

CUADRO NUMERO .XVI.

Sexo Edad	P		R		O		G		R		A		M		A		S		total					
	Chavo 8	Criada	Hogar D.H.	Disney Caricat.	Películas Mexicanas	Películas extrang.	futbol	nuclear	telenov.	todos	nada													
	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%				
10 a 12	4	28.6	0	0	0	0	4	28.6	3	21.4	0	0	0	0	1	7.1	0	0	1	7.1	1	7.1	14	99
13 a 15	2	16.6	0	0	0	0	2	16.6	0	0	2	16.6	0	0	1	8.3	3	25.0	1	8.3	1	8.3	12	99.7
Subtotal	6	21.4	0	0	0	0	6	21.4	3	10.7	2	7.1	2	7.1	2	7.1	3	10.7	2	7.1	2	7.1	28	99.7
M																								
10 a 12	3	15.8	1	5.2	1	5.2	5	26.3	3	15.8	0	0	0	0	2	10.5	1	5.2	2	10.5	1	5.2	19	99.7
12 a 15	6	12.5	1	2.0	2	4.2	20	41.6	7	14.5	4	8.3	2	4.2	1	2.0	2	4.2	2	4.2	1	2.0	48	99.7
Subtotal	9	13.4	2	3.0	3	4.4	25	37.3	10	14.9	4	5.9	2	3.0	3	4.4	3	4.4	4	5.9	2	3.0	67	99.6
TOTAL F.	15	15.7	2	2.1	3	3.1	31	32.6	13	13.6	6	6.3	4	4.2	5	5.2	6	6.3	6	6.3	4	4.2	95	99.6

Fuente: Investigación Directa

El cuadro nos muestra claramente que los programas de preferencia de los entrevistados es como sigue:

15 el 31 el 32.6% gustan de ver caricaturas del total de 95 respuestas y 15 el 15.7% ven el programa del chavo del ocho 13 el 13.6% ven películas mexicanas, 6 el 6.3% novelas; 6 el 6.3% también respondieron ver todos los programas 4 el 4.2% su respuesta fue no ver nada. 6 el 6.3% películas extranjeras; 5 el 5.2% al hombre nuclear; 4 el 4.2% el futbol; 3 el 3.1% hogar dulce hogar y 2 el 2.1 a la criada bien criada.

CUADRO NUMERO .XVII.. EFECTOS DE LA T.V.

Sexo edad	EFECTOS DE LA T.V. COMERCIALES										HEROES												
	comestb.		golosinas		empresas desentr.		bancos		product. varios		super H. "reales"		heroés ficticio		Artistas		pistole		ninguno				
	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	
F	10 a 12	3	21.4	2	14.2	4	28.6	1	7.1	4	28.6	0	0	5	35.7	2	14.2	1	7.1	6	42.9		
	13 a 15	2	14.2	2	14.2	2	14.2	0	0	8	57.1	5	21.4	5	35.7	1	7.1	1	7.1	4	28.6		
	Subtotal	5	17.8	4	14.3	6	21.4	1	3.5	12	42.8	5	10.7	10	35.7	3	10.7	2	7.1	10	35.7		
M	10 a 12	5	29.4	2	11.7	1	5.9	1	5.9	8	47.0	4	30.6	5	38.4	1	7.8	2	15.3	1	7.6		
	13 a 15	3	15.0	5	25.0	8	40.0	0	0	4	20.0	13	53.5	11	28.2	3	7.6	4	10.2	8	20.5		
	Subtotal	8	21.6	7	18.9	9	24.3	1	2.7	12	32.4	17	32.6	16	30.7	4	7.7	6	11.5	9	17.3		
TOTAL F.	13	20.0	11	16.9	15	23.0	2	3.0	24	36.9	20	25.0	26	32.5	7	8.7	8	10.0	19	23.7			

Fuente: Investigación Directa

El cuadro nos muestra los efectos de la T.V., primero el de los comerciales y el 23% Recordaron los anuncios de empresas descentralizados, el 20% sobre comestibles y el 16.9 comerciales sobre golosinas y el 36.9% - - productos varios.

Por lo que toca a heroés favoritos las respuestas fueron: el 32.5% consideraban a personajes como Superman, Batman, Ultraman es decir, aquellos que son caricaturas y el 25%, se inclina por heroés como el "Hombr Mucicar" el 10% por pistolen como el Marshal de la ley del Revolver, "Sat Masterson", "El llanero Solitario" y 8.7 dijeron que artistas y solo el 23.7% el por ninguno.

CUADRO NUMERO .XVIII.. EFECTOS DE LA RADIO

Sexo Edad	E S T A C I O N E S																										
	Radio mil		Variedades		ONDA		F.M.		Exitos		A I		X E W		ECO		620		Capital		590						
	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%			
F	10 a 12	3	23.0	1	7.6	1	7.6	0	0	1	7.6	1	7.6	2	15.3	2	15.3	0	0	1	7.6	1	7.6				
	13 a 15	4	36.4	2	18.1	1	9.1	0	0	1	9.1	0	0	2	18.1	0	0	0	0	0	0	1	9.1				
	Subtotal	7	29.1	3	12.5	2	8.3	0	0	2	8.3	1	4.2	4	16.6	2	8.3	0	0	1	4.2	2	8.3				
M	10 a 12	1	8.3	3	25.0	1	8.3	0	0	2	16.6	1	8.3	2	16.6	1	8.3	0	0	0	0	0	0	1	8.3		
	13 a 15	6	16.6	6	16.6	3	8.3	2	5.5	2	5.5	6	16.6	4	11.1	2	5.5	1	2.7	2	5.5	2	5.5				
	Subtotal	7	14.5	9	18.7	4	8.3	2	4.1	4	8.3	7	14.5	6	12.5	3	6.2	1	2.0	2	4.1	3	6.2				
TOTAL F.	14	19.4	12	16.6	6	8.3	2	2.7	6	8.3	8	11.1	10	13.8	5	6.9	1	1.4	3	4.1	5	6.9					

Fuente: Investigación Directa

EL CUADRO NOS MUESTRA QUE las estaciones de radio más oídas son:

Radio Mil 14 el 19.4%; Variedades 12 el 16.7%; XEW 10 el 15.8%; AI 8 el 11.2%; Radio Exitos 6 el 8.4%;
Radio Onda 6 el 8.4%; radio 590 5 el 6.9%; radio Eco 5 el 6.9%; Radio capital 3 el 4.2%; radio 620 1 el 2.1%

CUADRO NUMERO .XIX. EFECTO DE LOS MEDIOS INCONCIENTES
piensas en anuncios

sexo	Educl	Sabes que es el sexo cuando compras																							
		SI				NO				golosina		ahorra		nada		ropa		cuadernos		refresco		frutas			
		abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%		
	10 a 12	13	92.8	1	7.1	9	64.3	5	35.7			7	50.0	0	0	1	7.1	1	7.1	1	7.1	2	14.1	2	14.1
	13 a 15	9	81.1	2	18.1	7	63.6	4	36.4			7	63.6	0	0	1	9.1	1	9.1	0	0	1	9.1	1	9.1
	Subtotal	22	88.0	3	12.0	16	64.0	9	36.0			14	56.0	0	0	2	8.0	2	8.0	1	4.0	3	12.0	3	12.0
M	10 a 12	13	100.0	0	0	8	61.5	5	38.4			16	46.1	0	0	1	7.6	2	15.3	1	7.6	2	15.3	1	7.6
	13 a 15	38	90.3	4	9.7	26	61.9	16	38.0			15	35.7	3	7.1	12	28.5	3	7.1	2	4.7	4	9.7	3	7.1
	Subtotal	51	92.7	4	7.2	34	61.8	21	36.0			21	38.1	3	5.4	13	23.6	5	9.1	3	5.4	6	10.9	4	7.2
	TOTAL F.	73	91.2	7	8.7	50	62.5	30	37.5			35	43.7	3	3.7	15	18.7	7	8.7	4	5.0	9	11.2	7	8.7

Fuente: Investigación Directa.

En el cuadro se ve claramente que de los 80 entrevistados, 73 el 91.2% contestaron saber que es el sexo y solo 7 el 8.6% contestaron no saber; por lo que se refiere a la respuesta a la pregunta de en que producto piensa cuando van a comprar algo, la respuesta fue; 50 el 62.5% respondieron que si pensaban en comerciales antes de comprar y 30 el 37.5% su respuesta fue que no.

A la pregunta de que cuando tienen dinero que hacen las respuestas fueron:

35 el 43.7% respondieron que compraban golosinas; 15 el 18.7% respondieron que nada; 7 el 8.7% ropa y frutas también 7 el 8.3% 9 el 11.2% refrescos y 4 el 5.0% cuadernos.

TE GUSTARIA SER
COMO ELLOS

Sexo	Edad	KALIMAN				SUPERMAN				MEMIN				EL CHAVO DEL OCHO				OJO DE VIDRIO							
		S	I	N	O	S	I	N	O	S	I	N	O	S	I	N	O	S	I	N	O				
		abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%	abs	%				
F	10 a 12	11	78.0	3	21.4	12	84.7	2	14.2	9	64.3	5	35.7	12	84.7	2	14.1	3	21.4	11	78.0	2	14.2	12	84.
	13 a 15	11	100.0	0	0	11	100.0	0	0	10	90.9	1	9.1	11	100.0	0	0	3	27.2	8	72.7	4	36.4	7	63.
	Subtotal	22	88.0	3	12.0	23	92.0	2	8.0	19	76.0	6	24.0	23	92.0	2	8.0	6	24.0	19	76.0	6	24.0	19	76.0
M	10 a 12	7	53.8	6	46.1	7	53.8	6	46.1	5	38.4	8	61.5	9	69.2	4	30.6	1	7.6	12	92.3	7	53.8	6	46.1
	13 a 15	32	76.1	10	23.8	31	73.8	11	26.3	27	64.2	15	35.7	38	90.3	4	9.7	16	38.0	26	61.9	24	57.1	18	42.8
	Subtotal	39	70.9	16	29.1	38	69.0	17	30.9	32	58.1	23	41.8	47	85.4	8	14.5	17	30.9	38	69.0	31	56.3	24	43.6
Total F.		61	76.2	19	23.7	61	76.2	19	23.7	51	63.7	29	36.2	70	87.5	10	12.5	23	28.7	57	71.2	27	46.2	43	53.7

Fuente: Investigación Directa.

El cuadro muestra en que forma son las influencias de los heróes ficticios, el cuadro muestra el conocimiento o desconocimiento de los heróes de los medios de comunicación y las respuestas fueron: 61 el 76.2% de ellos dijeron conocer a Kaliman y el mismo número conocer a Superman; no así el 19 el 23.1% que contestaron no conocer a ambos.

Respecto a Memín 51 el 63.7% si lo conocen, solo 29 el 36.2% no; el Chavo del Ocho el 87.5% lo conocen, solo 10 el 12.5% contestaron no conocerlo; Al ojo de vidrio 23 el 28.7% si lo conocen y 57 el 71.2% no.

Y con respecto a la pregunta de si les gustaría ser como ellos 37 el 46.2% contestaron afirmativamente y 43 el 53% que no.

CUADRO (A)

TITULO	AUTOR	PRECIO	TAMARO	LUZ	NUMERO	PERIODICIDAD	EDITORIAL	NO.HOJAS	DIRECTOR.
CHANOC	Francisco F.FLORES	2.00	27/18cm. Avestruz	Colores	823	Semanal	Publicación Herreras	16	Rafael Marquez Torres.
PAQUITO	Gabriel Vargas	1.80	26/18cm. 18/26 Avestruz	Colores	17,280	Semanal	Editorial Panamericana	17	José García Valseca
WALT DISNEY	Walt Disney	4.00	20/14cm. Agulla	Colores	2,704	Semanal	Editorial Novaro	16	Antonio Hdz.
LA PEQUERA LULU.	Western Publishing Company	4.00	20/14 Agulla	Colores	2,507	Semanal	Editorial Novaro	16	Antonio Hdz. Hdz.
POR FAVOR	Guillermo de la Parra L.	2.50	21/13	Colores	213	Semanal con cont.	Editorial VID	16	Manelick de la Parra.
KALIMAN	Rafael C.Navarro y Modesto Vázq.	2.00	18/111/2	Café/Blco.	665	Semanal con cont.	Promotora "K"	16	Rafael
FUEGO	Guillermo de la Parra	2.50	18/11 ^{1/2}	Café/Blco	337	Semanal con cont.	Publicaciones CITEM	16	Manelick de la P.
LAGRIMAS Y RISAS	Guillermo de la Parra	2.00	18/11 ^{1/2}	Café/Blco	809	Semanal con cont.	EDAR, S.A. Editorial Arg.	16	Manelick de la P.
ESPEJO DE LA VIDA	Ramón Rubín	2.50	18/11 ^{1/2}	Café/Blco	389	Semanal con cont.	Editorial EDEA	16	Jaime Flores Serrato
CARIÑO MIO	Daniel Muñoz	2.50	18/11 ^{1/2}	Café/Blco.	168	Semanal con cont.		16	Guillermo de la Parra.

TITULO	AUTOR	PRECIO	TAMARO	COLOR	NUMERO	PERIODICIDAD	EDITORIAL	NO. HOJAS	DIRECTOR	CLASIFICACION
CRONICAS Y CONFLICTOS PASIONES Su Rev. Sent.		3.00	21/14	3/tintas	Año I 140	Semanal sin cont.	Editorial "AA"	32	Armando Alonso	X
CONFESIONES		3.00	21/14	3/tintas	Año I 85	Semanal sin cont.	Editorial Mexicana Editores Mexicanos Asociados: EMA, S.A.	32	Raúl Htz. G.	X
CRONICAS Y CONFLICTOS AMORES Rev. Romántica		3.00	21/14	3/tintas	Año I 131	Semanal sin cont.	Editorial "AA"	32	Armando Alonso	X
ARRABALERA Historias de Cabaret.		3.00	21/14	3/tintas	Año I 101	Semanal sin cont.	Editorial Mexicana Asoc. EMASA	32	Raúl Htz. G.	X
LECUMBERRI Goyo Cárdenas	Goyo Cárdenas	3.00	21/14	3/tintas	Año I 72	Semanal sin cont.	Editorial Mex. Aso. EMASA	32	Raúl Htz. G.	X
SUPRIMIENTO "PROSTITUTA"	Fotonove la	3.00	21/14	blanco y negro	Año I 96	Semanal sin cont.	Editorial Mex. Aso. EMASA	32	Raúl Htz. G.	X
FERIA DE PASIONES	Luis Reyes	3.00	21/14	blanco y negro	54	Semanal sin cont.	Producciones W H Raziell	32	Guillermo Buga rini	X
LOS ADOLESCENTES	Marlo Vaena	3.00	21/14	blanco y negro	98	Semanal sin cont.	Ed. Mexicana, S.A.	32	Carlos Vigil	X
CASTIGO		3.00	21/14	blanco y negro	80	Semanal sin cont.	Ed. Mexicana, S.A.	32	Raúl Htz. G.	X
DRAMAS DE MI BARRIO	Sergio L. Romero	3.50	21/14	blanco y negro	49	Semanal sin cont.	Ed. Mexicana, S.A.	32	Eugenio del Gattejo D.	X

TITULO	AUTOR	PRECIO	TAMARO	LUZ	NUMERO	PERIODICIDAD	EDITORIAL	NO. HOJAS	DIRECTOR
GRACIAS A USTED	Martín Gray	2.50	18/11 1/2	Café/Bico	Año 1 20	Semanal con cont.	VIO.	32	Guillermo de la Parra
AYER	Fidel Lemus López	2.50	18/11 1/2	Café/Bco.	Año 11 61	Semanal con cont.	VID.	32	Guillermo de la Parra.
SUEROS DE AMOR	Manuel Gamíño	3.00	18/11 1/2	Café/Bco.	Año 11 54	Semanal con cont.	Editorial EJEA	32	Jaime Flores Serratos
CORAZON ERRANTE		3.50	18/11 1/2	Café/Bco.	Año 1 49	Semanal sin cont.	Editorial IREMA	32	Jorge Molina Avila sólo ad.
PARAISD DE AMOR		3.50	18/11 1/2	Café/Bco.	Año 1 7	Semanal sin cont.	Editorial JOJUMO	32	Sergio Molina Avila sólo ad.
CORAZON ERRANTE		3.50	18/11 1/2	Café/Bco.	40	Semanal sin cont.	Editorial IREMA	32	Jorge Molina Mendoza sólo ad.
NOVELAS IN- MORTALES	Edmundo de Amí- sis.	6.00	15/11	Café/Bco.	40	Semanal sin cont.	Nov. Editor- res.		Mario de la To- rre Barrón.

TITULO	AUTOR	PRECIO	TAMARO	LUZ	NUMERO	PERIODICIDAD	EDITORIAL	NO. HDJAS	DIRECTOR
GRACIAS A USTED	Hartín Gray	2.50	18/11 1/2	Café/Bico	Año 1 20	Semanal con cont.	VID.	32	Guillermo de la Parra
AYER	Fidel Lemus López	2.50	18/11 1/2	Café/Bco.	Año 11 61	Semanal con cont.	VID.	32	Guillermo de la Parra.
SUEROS DE AMOR	Manuel Gamino	3.00	18/11 1/2	Café/Bco.	Año 11 54	Semanal con cont.	Editorial EJEA	32	Jaime Flores Serratos
CDRAZON ERRANTE		3.50	18/11 1/2	Café/Bco.	Año 1 49	Semanal sin cont.	Editorial IREMA	32	Jorge Molina Avila sólo ad.
PARAISO DE AMOR		3.50	18/11 1/2	Café/Bco.	Año 1 7	Semanal sin cont.	Editorial JOJUMO	32	Sergio Molina Avila sólo ad.
CDRAZON ERRANTE		3.50	18/11 1/2	Café/Bco.	40	Semanal sin cont.	Editorial IREMA	32	Jorge Molina Mendoza sólo ad.
NOVELAS IN- MORTALES	Edmundo de Amí- sis.	6.00	15/11	Café/Bco.	40	Semanal sin cont.	Nov. Edito- res.		Mario de la To- rre Barrón.

DISEÑO DE INVESTIGACION SOCIAL

1.- Planteamiento del problema a investigar.

a) Carácter teórico (selección del tema) y enfoque

b) Carácter teórico-práctico (componentes o exigencias

- 1) Que existan individuos, grupos, países etc., con un problema.
- 2) Que haya alguien interesado en el mismo (presente o futuro), que puede ser el empleador del científico social (incluido el científico).
- 3) Que existan medios para realizar su estudio, ya sea -- recoger los datos, como para la comprobación de la -- hipótesis.

1.1.- Definición del tema.

1.1.1.- Objetivos.

1.1.1.1.- Del contratante o institución.

1.1.1.2.- Del investigador.

1.1.1.2.- Objetivos del investigador.

buscar la influencia de la Industria de la cultura burguesa a través de los medios de comunicación masiva como instrumento de control y canalizadores hacia la sociedad de consumo en la población de Ciudad Nezahualcóyotl.

1.1.1.3.- Del investigado:

Los jóvenes ver en que grado es la influencia y el control de la burguesía sobre la población de la cual son parte;

cuales son las consecuencias y las posibles formas de rechazo hacia esta influencia.

1.1.1.4.- De otros sectores: (involucrados en el estudio)

Que sepan de la existencia de este problema; todos aquellos que tratan de hacer algo en favor de la población desde los funcionarios del gobierno federal y estatal hasta los menores del municipio, como también los sociólogos, psicólogos -doctores, trabajadores sociales, quienes tratan de ayudar a la población más desprotegida y desvalida del país.

1.1.2.- Dimensión temporal:

El período de estudio abarcará de 1970 a 1973 con el estudio de una muestra representativa. (El cálculo está en el capítulo IX).

1.1.3.- Dimensión Geográfica:

El estudio se llevará a cabo específicamente en la colonia Aurora, (con sus tres secciones) (ahora llamada Benito Juárez), municipio de Ciudad Nezahualcóyotl, perteneciente al Estado de México de la República Mexicana.

1.1.4.- Dimensión Económico-política: Estructura productiva, de poder, de control, etc.

La estructura productiva de Ciudad Nezahualcóyotl, es casi en su totalidad mano de obra o sea fuerza de trabajo el poder está en manos de una incipiente "sub burguesía" del lugar, que a través del control de los medios de comunicación se afianza en el poder, ayudado de otros elementos de con -

trol que son de uso común de la burguesía nacional e internacional.

1.1.5.-Dimensión Psicosocial.

clases sociales	sub-burguesía proletarios sub-proletarios lumpen-proletarios.
e ideológicas	Descriptivas no conceptuales la mayoría de la población tiene de una a 2 tv. sólo determinados programas en vivo se escuchan a diario radio y telenovelas. Su lectura es "Casos de Alarma" "Alerta", "La prensa", etc. Todos están mediatizados Consumen los productos de mayor publicidad. Aceptan las imposiciones políticas al no considerar esto importante. Sólo existe un cine. La mayoría de la población es católica. La publicidad como el instrumento-enajenante.

1.1.6.- Dimensión demográfica edad, sexo, estado civil siendo la gran mayoría de la población del país jóvenes de 15 a 25 años, el 25% de la población es de Ciudad Nezahualcóyotl - Se calculará la población por sexo, edad, estado civil.

1.1.7.- Dimensión teórica.

Este estudio será materialista dialéctico.

de comunicación masiva de la población mexicana, específicamente en Ciudad Nezahualcóyotl, como representante de la --
formación de las zonas en la periferia de las metrópolis.

- 1.- Influencia en la desorganización Social y Personal.
 - 2.- Como una forma de Control Social.
 - 3.- Canalizador hacia la Sociedad de Consumo.
 - 4.- De la burguesía Nacional e Internacional.
 - 5.- Sobre la población mexicana (Estudio de caso Ciudad Neza--
hualcóyotl)
 - 6.- A través de los medios de comunicación masiva.
 - 7.- Los elementos del tema que consideramos más significativos
o representativos son:
 - 1) La delincuencia.
 - 2) La vagancia
 - 3) La prostitución.
 - 4) El alcoholismo.
 - 5) La farmacodependencia.
 - 6) Corrupción.
 - 7) La pobreza.
 - 8) La insalubridad.
- 1.4.- Elaboración del Esquema de la Investigación.
- I.- Desarrollo del capitalismo y la urbanización en México.
 - II.- Surgimiento de Ciudad Nezahualcóyotl.
 - III.- El papel social de la Industria de la cultura y los medios
de comunicación masiva (clasificación de ellos).
-

IMPRESOS

- a) Periódicos.
- b) Revistas
- c) Pasquines o cuentos.
- d) Novelas.
- e) Libros.

AUDITIVOS

- a) Radio

AUDIOVISUALES

- a) Televisión.
- b) Cine.

IV.- La influencia de los Medios de Comunicación en:

La familia.

Los jóvenes.

V.- Problemas generados por la influencia de los medios de - -
comunicación masiva en Ciudad Nezahualcóyotl (con estudios
estadísticos)

- | | |
|------------------------|-----------------------|
| 1.- Delincuencia | 6.- Corrupción. |
| 2.- Vagancia | 7.- Pobreza. |
| 3.- Prostitución. | 8.- Insalubridad. |
| 4.- Alcoholismo. | 9.- Consumismo. |
| 5.- Farmacodependencia | 10.- Represión sexual |

VI.- Conclusuones.

VII.- Recomendaciones.

VIII.- Bibliografía

1.2. Delimitaciones del tema.

1.2.1.- El tema es un estudio total del problema pero de tipo censal

1.1.1.- El estudio es una parte o muestra de todo el problema, lo --
suficientemente representativo.

1.2.2.1-La población que se pretende estudiar si es representativa -
de todo el conjunto.

1.2.2.2- La selección se hizo tomando en cuenta:

- a) Que son las colonias más antiguas.
- b) Que cada una de ellas representa a conjuntos de personas de diferentes localidades y entidades federativas del -- país.
- c) Están representadas todas las capas sociales de la pobla ción de Ciudad Nezahualcóyotl.
- d) Existen en estas colonias población que ha sido desplaza- zada del D.F.
- e) Son gentes que anteriormente vivieron en ciudades perdi- das del área metropolitana, como fueron "Santa Julia", - +La Candelaria", "Tepito".

1.3.- MARCO TEORICO DE REFERENCIA

El estudio se realizará desde el punto de vista.

- a) Del materialismo Dialéctico, es decir, se buscará la in fluencia en la desorganización social y personal de que tiene la burguesía nacional e internacional de la indus tria de la cultura, como instrumento de control y canali zador hacia la sociedad de consumo a través de los medios
-

2.- Recolección de la información.

2.1.- Trabajo de gabinete integrado por:

2.1.1.- Análisis documental.

2.1.1.2.-Ficheo hemerográfico ya sea de la prensa especializada, como comercial, que hacen referencia al tema tratado; se analiza rón los siguientes periódicos: Excélsior, Universal, Novedades Nacional, 'Día Herald de México, Sol de México, Prensa, Ovaciones y Diario de México; de 1970 a 1973, sacando recortes - con temas de la investigación, así como también las revistas Siempre, Sucesos, Tiempo y Revista de Revistas.

2.1.1.3.-Ficheo bibliográfico de libros directamente relacionados con el tema, así como también tesis elaboradas en la propia facultad.

2.1.1.4.-Ficheo de mapas y planos de la zona de investigación.

2.1.2.- Análisis Estadístico.

2.1.2.1- Datos censales, tomados de los datos del censo de 1960 y - - 1970.

2.1.2.2- También datos de estudios especializados de gente del propio gobierno y de colegios especializados.

2.1.2.3- Anuarios y memorias del estado de México donde se trata el asunto.

2.1.3.- Este material puede ser utilizado como:

2.1.3.1- Punto de apoyo para construir el panorama general de la -- problemática a estudiar así como analizar los intereses de cada uno de los estudios destacando los enfoques de tipo --

estructural funcionalista con el único fin de mera descripción de este agudo fenómeno, cuyas conclusiones, no van a pasar a ser que de tipo personal y válidas solo para trabajos de tipo informativo y alarmista; tratando de establecer una cuantificación, es posible decir que una de las zonas - más estudiadas, pues son un millón y medio de habitantes los que día a día representan mayores problemas al capitalismo, - pues no pueden controlarlos todos, sino sólo una parte a - - l través de los mecanismos de control con que cuenta el sistema y entre ellos están los medios de comunicación masiva.

2.1.3.2-Se tratará de analizar la mayor cantidad de datos y también - de trabajo de campo.

2.2.- El trabajo de campo estará circunscripto a buscar de que mane ra la Industria de la Cultura a través de los medios de comunicación han influido para que la gente esté condicionada para una serie de actos de su vida diaria ya sea para el consumo o para control de sus carencias que se manifiestan en delin cuencia, prostitución, alcoholismo, vagancia y drogadicción - (Toxicomanía) para que cada vez los mexicanos estén más aline ados o manipulados, más enajenados o más bien idiotizados, y con estos los capitalistas (imperialistas) logren sus propósi tos de control del país está mas endeudado que existe mayor - número de industrias en poder del capital extranjero y por lo tanto fuga de capitales, una alza del costo de la vida mayor

desocupación y aumento de criminalidad, una injusta distribución de la riqueza, una emigración del campo a las ciudades y el fracaso agrícola consiguiente.

3.- Elaboración y verificación de hipótesis.

- 1) La vida social está presidida por la abundancia de los medios de comunicación.

La comunicación consiste, esencialmente, en lograr que la idea pase de la mejor manera de la persona que la emite a la persona que la recibe: pasar de la mejor manera posible, quiere decir sin deformaciones, integra - adecuada a lo que el emisor quiere decir.

Los medios de comunicación masivos son determinantes y modificadores de los valores y por consiguiente en el comportamiento humano de los individuos. Esto es aplicable en las zonas periféricas en donde el individuo es más permeable a esa influencia.

- 2) Clasificación de los medios de Comunicación Masiva:

I	Auditivos	Radio
II	Audiovisuales	Televisión.
III	Impresos	Periódicos, revistas, paguines (cuentos) Libros, - novelas, publicidad.

Periódico de información general:

- | | | |
|---------------|---------------|-------------------------|
| 1.- Excélsior | 2.- Universal | 3.-Novedades |
| 4.- Nacional | 5.- El Día | 4.-El Heraldo-de México |
-

- | | | |
|-------------------|-------------------|---------------------|
| 7.- Sol de México | 8.- La Prensa | 9.-Diario de México |
| 10.- Ovaciones. | 11.- Uno más Uno | 12.-Rotativo |
| 13.- Avance | 14.- Cine Mundial | 15.-Estadio |
| 16.- La Afición | 17.- Esto. | |

Datos a mayo de 1978.

Revistas de información general más importante por su circulación.

Siempre	Sucesos
Revista de Revistas	Impacto
Mañana	Hoy
Tiempo	Plural.
Visión	Jueves de Excélsior
Selecciones	Contenido
Proceso	

Pasquines cuentos de mayor venta por su contenido:

El Pato Donald	Supermán
Lágrimas y Risas	Memín
Fuego	El Pájaro Loco
El Super Ratón	Kalimán
Historietas de Walt Disney	El Gato Félix
Chanoc	Espejo

Novelas "El Libro Semanal" (sale los viernes y cuesta \$3.60-
de Publicaciones Herrerías y hasta agosto de 1976 salió el-
Directora Alicia Ibáñez Núm 1140.
Parkman México.

TESIS



Tesis por computadores

Medicina 26 Local 2
Tel. 550-87-98

Frente a la Facultad de Medicina
Ciudad Universitaria