



Universidad Nacional Autónoma de México

FACULTAD DE FILOSOFIA Y LETRAS

**INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE DIFUSION
EN LA PSICOLOGIA DE LOS ADOLESCENTES**

T E S I S
que sustenta
FLAVIA MIGUELINA ESPINOZA
para obtener el grado de
PSICOLOGO

México, D. F.
1964



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

28053.08
UN/SM.15
1964

223

A mis padres.

Al Dr. Agustín Lemus por su valiosa ayuda y colaboración como también a todas aquellas personas que directa o indirectamente contribuyeron a mi formación profesional.



PS-213

A la "Ciudad de los Muchachos de Venezuela"

CONTENIDO

INTRODUCCION

- Capítulo I.—*Bosquejo Psicosocial del Adolescente.*
- Capítulo II.—*Los Medios de Difusión en la Sociedad Contemporánea.*
- Capítulo III.—*El Cine.*
- Capítulo IV.—*La Televisión.*
- Capítulo V.—*La Radio.*
- Capítulo VI.—*La Prensa.*
- Capítulo VII.—*Investigación sobre la Influencia de los Medios de Difusión en un grupo de adolescentes escolares.*



INTRODUCCION

Mucho nos preocupa nuestra juventud y en torno a ella se han escrito miles de estudios, sin que hasta el presente se tomen las medidas necesarias para evitar que nuestros adolescentes se sumen a esas "famosas bandas de delincentes juveniles". Todos los días leemos en la primera plana de algún periódico capitalino, robos, asaltos y delitos contra la moral; cometidos por jóvenes adolescentes.

Este problema, que me preocupa desde hace mucho tiempo y dada mi calidad de estudiante de psicología, hizo que naciera mi inquietud por formar hombres útiles, de tal manera que la sociedad pueda contar con individuos íntegros en toda la extensión de la palabra. Realizo, pues, éste estudio con el fin de investigar cómo y en que forma los medios de difusión proporcionan un ambiente propicio para la desadaptación del adolescente.

Es bien sabido que la prensa, la radio, la televisión y el cine, están al alcance de todos, y siendo organismos de difusión es deseable que deberían estar dedicados a la ciencia, la educación y la cultura, fomentando la paz en la mente de nuestros hombres. Los medios de difusión no sólo deberían servir para establecer la comunicación de toda una cultura, sino señalar la conquista de todos los bienes espirituales del hombre que permita su desarrollo científico y de los verdaderos valores.

Los medios de difusión deberían cumplir el ideal de la humanidad indivisible que supera todo lo agresivo. Deberían llevar el alfabeto, la ciencia y las más variadas creaciones de la cultura a todos los rincones de nuestra América, donde por desgracia de unos y beneficio de otros, se nos tilda de países subdesarrollados o cuando menos "no desarrollados"; sin que los beneficiados hagan algo por elevar nuestro nivel económico y sociocultural. Muy por el contrario, año tras año, recibimos las cintas de televisión, cine y tiras cómicas, elaboradas por otro país "todopoderoso" que hasta el presente se ha caracterizado por no entender la idiosincrasia de nuestros pueblos, y cuya manera de mantenernos pasivos, ha sido elaborar cintas, tiras cómicas, etc., que nos evitan el problema de pensar.

Despertar, cultivar y formar el sentido crítico de nuestros adolescentes, es la mejor manera de defender nuestra juventud contra los errores y excesos cometidos en materia de cine y televisión.

Esta responsabilidad, les cabe, pues, afrontar a los padres, educa-

dores, psicólogos, y en suma, a la sociedad, ante esos planteos de psicólogos y antropólogos que señalan cuánto importa cada experiencia del ser humano en ese proceso educativo indiviso extendido desde el nacimiento hasta la madurez, que se integra en el "todo" de la personalidad, así como el valor de las pautas culturales que dejan su impronta en las vivencias de cada sujeto.

Una acción equilibrada de los factores actuantes de esta etapa de tránsito, podrá lograr que el adolescente alcance el desenvolvimiento adecuado. Es necesario recordar que, etimológicamente, **adolescencia** significa desarrollo, crecimiento hacia la madurez. Si tal etapa no se cumple en la armoniosa interferencia de aquellos factores que a diario están acondicionando al adolescente, se deberá a las desviaciones que hoy preocupan a muchos países atemorizados ante la ola de delincuentes juveniles, perversos sexuales, neuróticos y psicópatas que ya no encuentran el camino de la felicidad personal.

Porque de eso se trata en substancia: que el adolescente marche hacia la juventud como adulto bien adaptado; logre encauzar su energía en forma positiva; que pase sin grave tumulto y lesión, especialmente en la esfera sexual, esa época de contradicciones; que adquiera conciencia social y no malogre en lucha antagónica su justa rebeldía constructiva.

La sociedad desestima esfuerzos, lanza seres humanos maltrechos a la lucha por la vida, por no asumir el magisterio rector que modifique estas cosas. La sociedad nunca se ha hecho esta pregunta: qué tanto por ciento tengo de culpabilidad en la conducta de un delincuente?; pero sí la sociedad está lista para juzgar y condenar despiadadamente la conducta del joven que comete un delito.

La sociedad, conciente o inconcientemente, gira en torno a los intereses económicos de empresarios y burgueses y al elaborar sus medios de difusión —cintas cinematográficas, tiras cómicas, folletos ilustrados, para citar unos cuantos— otorga a los jóvenes ideas clave para preparar un crimen o un asalto. "Es muy fácil juzgar a un semejante; pero que tan difícil es hacer un autoanálisis para ver hasta donde nosotros somos culpables de tal o cual acto o conducta antisocial de nuestros jóvenes.

Sería muy interesante que la sociedad que actúa como juez, modificara sus medios de difusión y, en vez de crear ambiente propicio para el delito, proporcionara un medio para la elevación de los valores que tan olvidados se encuentran en nuestra época.

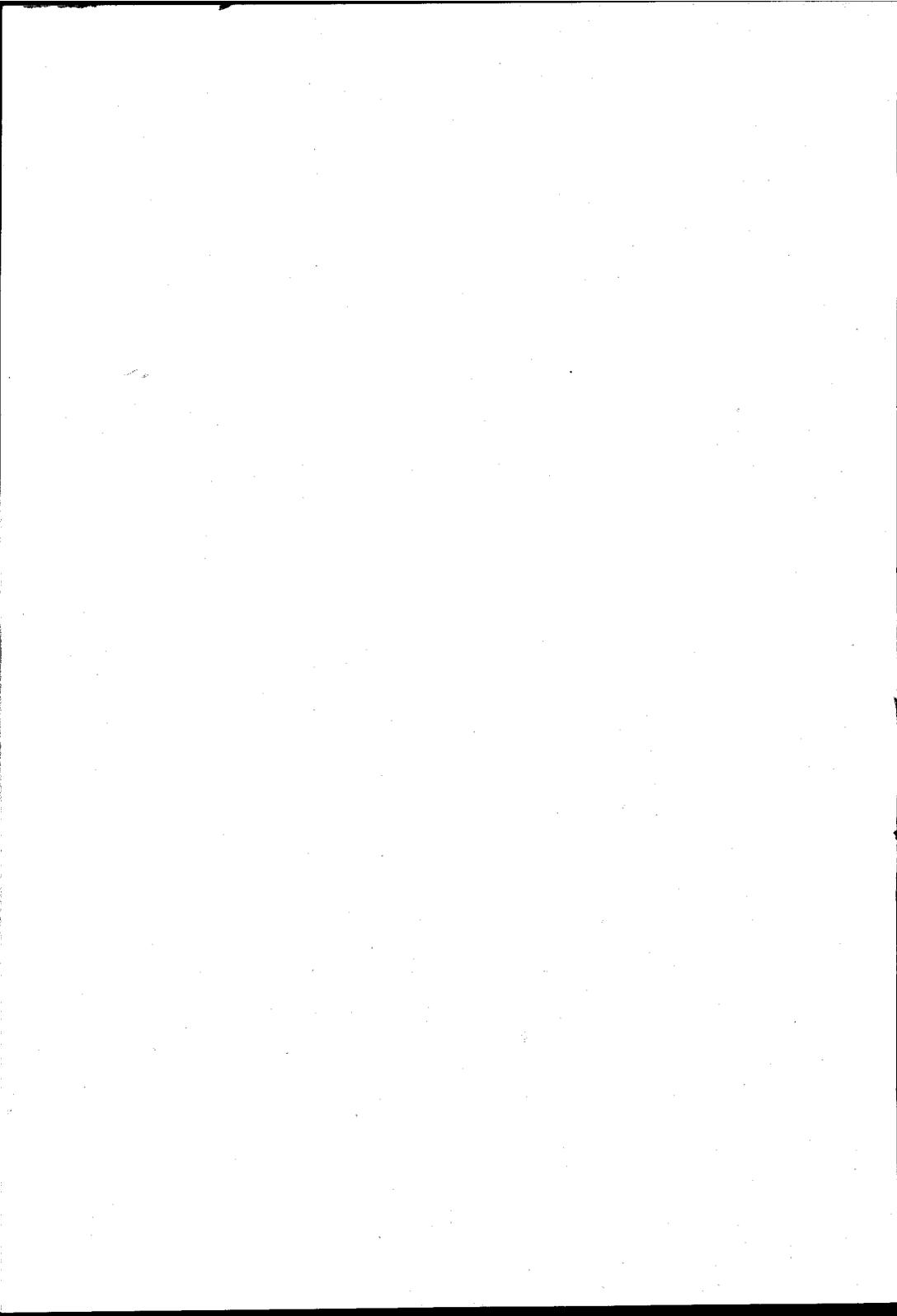
Para desarrollar mi trabajo, enfoque la influencia de los medios de difusión y para ello orienté el mismo de la siguiente manera:

1.—Un estudio somero acerca del impacto psicosocial de los medios de difusión y revisión de literatura escrita al respecto por psicólogos, psiquiatras, sociólogos y pedagogos y esto lo intento en los capítulos I, II, III, IV, V y VI.

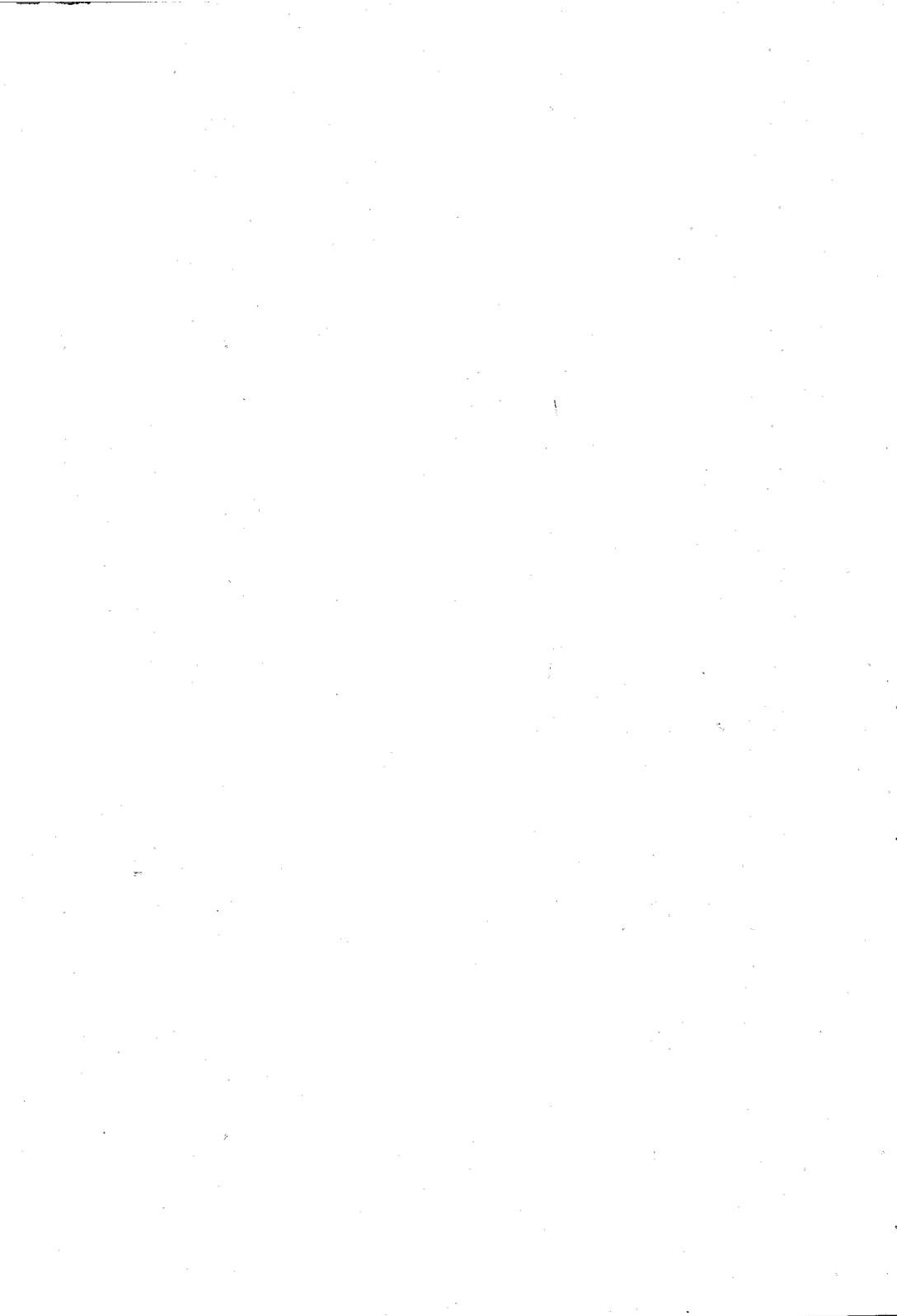
Seguido este estudio por una investigación inicial al problema en un grupo humano para comprobar los efectos que los medios de difusión producen en los adolescentes.

2.—La planeación y realización de este estudio lo expongo en el capítulo VII.

5.— Al terminar la investigación, me llevó a presentar algunas sugerencias en favor del mejoramiento de los contenidos psicológicos formativos y no deformativos de la personalidad de las nuevas generaciones.







CAPITULO I

BOSQUEJO PSICOSOCIAL DEL ADOLESCENTE

1. Significado de la adolescencia.
 - A. - Período que abarca.
 - B. - Influencias ambientales.
 - C. - Caracterología.
2. La adolescencia - período de transición.
 - A. - Adaptación a los cambios.
 - B. - La inestabilidad de la adolescencia.
 - C. - Efectos sobre la conducta.
3. Conducta social en la adolescencia.
 - A. - Hogar.
 - B. - Compañeros - Escuela.
 - C. - Comprensión Social.
4. Influencia del grupo sobre la conducta.
5. Factores que influyen en la adaptación social del individuo.
 - A. - Relaciones familiares.
 - B. - Posición social.
 - C. - La interacción del individuo con la sociedad.



"Moral y luces son nuestras
primeras necesidades"
Simón Bolívar.

CAPITULO I

BOSQUEJO PSICOSOCIAL DEL ADOLESCENTE

1.—SIGNIFICADO.

La adolescencia es el período más importante, y a la vez más turbulento por el cual atraviesa el ser humano.

A).—**Período que abarca.** Algunos autores consideran la iniciación de la adolescencia entre los 12 y 18 años de edad, y otros entre los 10 y los 20.

En su lenta adaptación a la vida psíquica, el niño llega a los 12 años con un mayor equilibrio, que aparenta ser definitivo, y que debiera proporcionarle la seguridad y la tranquilidad de la herencia recibida. Parece entonces que el niño sabe todo lo que hace falta para vivir en el medio social en el cual se ha desarrollado.

Violentamente se presentan ante él nuevas dificultades, tanto más serias cuanto más ocultas son. Todo aquello que él creía conocer y comprender, se transforma y adquiere una nueva fisonomía. Paulatinamente, y dentro de un desarrollo normal, va comprendiendo la necesidad de buscar valores y fines. Ante los nuevos fenómenos viene la realidad de los mismos, la inquietud, la búsqueda de soluciones.

B).—**Influencias ambientales.** Entre las influencias ambientales podríamos considerar en primer lugar, el medio familiar, el cual ejerce una fuerte influencia en los primeros años de la existencia del ser humano; en segundo lugar, el medio social en el que el individuo tendrá que desenvolverse. Estos medios son muy diferentes y marcan etapas muy especiales de la adaptación del individuo.

El medio social entrega al adolescente una herencia que tiene un contenido cultural de siglos; en ese contenido, entre otras cosas, encontramos instituciones que están fuera de la familia, tales como la escuela y grupos de iniciación que se ocupan de ciertos aspectos de la educación y la formación del adolescente. El medio social también le entrega códigos éticos para su adaptación social. Estos códigos vulgarmente llamado "conciencia" y que en la nomenclatura psicoanalítica se denomina como super-yo, indica y acusa señales inconfundibles del código ético prevalescente en el medio social donde se desenvuelve el individuo.

C).—**Caracterología.** Después de revisar varias caracterologías y clasificaciones de diferentes autores, creo conveniente tomar la de Fromm, para explicar que el adolescente puede presentar una conducta de acuerdo al tipo de carácter al cual pertenece, aunque no se puede afirmar que exista exclusivamente, por más que predomine una.

a. **"La orientación receptiva.** El adolescente siente que la "fuente de todo bien" se encuentra en el exterior, y cree que la única manera de lograr lo que desea —sea material o efectivo, conocimiento o placer— es recibido de esa fuente externa.

b. **La orientación explotadora.** Aquí también la persona tiene como premisa básica, el sentir que la satisfacción de todas las necesidades se encuentra en el exterior, y que el individuo no puede producir por sí mismo.

c. **Orientación acumulativa.** En este caso, el adolescente tiene poca confianza de lo que pueda venir del exterior; la seguridad se basa en la acumulación, y el ahorro de cualquier gasto se interpreta como una amenaza; en los casos externos puede llegar el ahorro hasta la avaricia, tanto en dinero y en objetos materiales, como en los sentimientos y pensamientos.

d. **Orientación mercantil.** Esta es producto de nuestra época moderna, y además base del desarrollo del hombre mismo. El concepto mercantil de valor es el énfasis puesto en el valor del cambio, más bien que en el valor de utilidad; es la evaluación lo mismo en el mercado de las mercancías que en el mercado de la personalidad. Los individuos que pertenecen a este grupo, generalmente tienen éxito y una personalidad agradable. Revistas, periódicos, cinematógrafos y televisión, ofrecen retratos y dan la clave de los medios para lograr el éxito y llegar a ser rico, la forma de obtener más lujos, cómo se debe lucir, siendo éste el mercado contemporáneo de la personalidad.

e. **Orientación productiva.** Podemos entender como productivo, al hombre que es capaz de transformar las materias que encuentra empleando su razón e imaginación. El carácter productivo puede asociarse con la creatividad profesional artística, artesanal", etc.¹

El medio social donde se desarrolla el individuo es muy importante, pero antes hay que tener presente que el individuo, al entrar en inter-acción con las influencias ambientales, tiene una caracterología que, junto con el factor anterior, nos puede dar al individuo social o antisocial, según la caracterología a que nos apeguemos.

LA ADOLESCENCIA - PERIODO DE TRANSICION

Padres y maestros, tienen grandes motivos de preocupación, debido al creciente número de problemas que presenta la adolescencia. Cabe que recordemos que la niñez fue un período tranquilo y sin tantas complicaciones, y el niño, al llegar al período adolescente, se vuelve falto de equilibrio.

1. Fromm, Erick. *Ética y Psicoanálisis*, Breviario 74 del Fondo de Cultura Económica, páginas 70 a 90.

"El temor de los adultos hacia esta edad, ha sido intensificado por las publicaciones sobre el aumento de la delincuencia juvenil, los accidentes automovilísticos, la ebriedad, la toxicomanía, los delitos de carácter y los matrimonios precedidos por la fuga de los novios, temas que llenan nuestros diarios, revistas y programas de radio y televisión".

Es necesario recordar que la adolescencia es un período de transición entre el niño y el adulto. El adulto maduro ocupa un puesto, tanto físico, como social y económicamente. Puede decirse que un sujeto es adolescente, mientras no desempeñe su papel como adulto. "Mientras un sujeto se encuentre en su período de transición, pasará de la conducta infantil a la conducta adulta; cuando el individuo ha logrado el equilibrio se podrá decir que ha logrado la madurez".²

A).—**La adaptación.** La transición implica que hay cambios en el individuo a los cuales deberá adaptarse; mientras más rápido se produzca estos cambios, tanto más problemática será la adaptación. Las nuevas adaptaciones se harán menos dificultosas, si a tiempo maestros, psicólogos, padres, presten la ayuda necesaria para que esta situación le resulte manejable al adolescente.

Lo lógico será que las modificaciones corporales vayan paralelas a las modificaciones psíquicas. Nuevos intereses llaman su atención, tales como las actividades sociales.

Las dificultades del período de transición, se hacen más profundas cuando el adolescente tiene que trabajar. Lane y Logan nos dicen: "El paso de la escuela al trabajo es uno de los más grandes problemas que jamás haya experimentado el adolescente. Hoy, el adolescente es un preocupado escolar que estudia bajo la mirada bondadosa de un maestro; mañana es un **número** que marca el reloj en la puerta de una fábrica, trabaja en un grupo que tiene los ojos puestos en el capataz, y se va **volando** para casa cuando suena el silbato de salida".³

B).—**La inestabilidad de la adolescencia.** Entre los principales problemas que producen inestabilidad al adolescente, están las relaciones del sujeto con el medio ambiente. El no está seguro de sí mismo y trata de adaptarse a las situaciones que ha asumido el grupo social. La primera manifestación en esta adaptación es la rebeldía.

El adolescente emprende la rebeldía contra la familia, la escuela, la Iglesia, el estado, costumbres, tradiciones y, en general, contra toda manifestación de la vida social.

La influencia del medio puede propiciar la rebeldía juvenil; si la incomprensión del ambiente aumenta, asimismo aumentará la hostilidad; el

2. Hurlock, Elizabeth, B. Psicología de la Adolescencia, páginas 18 y 19.

3. Lane y Logan, 1949, citado por Elizabeth B. Hurlock, Psicología de la Adolescencia, páginas 18 y 19.

adolescente es rebelde en esta circunstancia porque tiene necesidad de auto-afirmarse.

EFECTO SOBRE LA CONDUCTA

El período de transición deja huellas en la conducta del adolescente; la falta de seguridad en sí mismo, sus estados emocionales y temperamentales, hacen que se haga más sensible y reservado. Cuando está acompañado, teme que lo pongan en ridículo. La reserva puede tomar varias formas de conducta como: distanciamiento, indiferencias y agresividad. Con estas formas de conducta, podemos encontrar adolescentes dedicados con cierta exageración a los estudios, cine, televisión, etc.

3.—CONDUCTA SOCIAL DE LA ADOLESCENCIA.

Desde el punto de vista organicista, Coker ha resumido el concepto de sociedad en esta forma: "En la sociedad puede observarse una armonía de estructura y función, que opera mediante acciones y reacciones entre diversas partes y con el medio ambiente, hacia un fin común. Este desarrollo armónico alcanza un estado más elevado en la sociedad que constituye el último paso en la evolución organicista".^{3a} Así pues, podemos concluir que no existe antagonismo entre el individuo y la sociedad, sino interacción; no se puede realizar una sin la otra. El esfuerzo no se encuentra en la base de todo acto social, sino en la aceptación voluntaria del individuo que admite la obligación porque le atrae. Llamamos poderosamente su atención los códigos y las reglas, debido a que comprende que esta ampliación de su acción personal y la multiplicación de sus fuerzas por las energías del grupo.

La conducta social en la adolescencia. "Como resultado directo de la modificación de inquietudes y actitudes que acompañan la maduración sexual, durante los años de la adolescencia se desarrollan varios tipos importantes de conducta social. La mayor parte de esta conducta apareció durante el período final de la infancia; pero en forma menos desarrollada. Durante la adolescencia, el individuo aprende a conducirse de manera muy similar a la que se espera que presentará cuando llegue a la edad adulta. El individuo aprende formas de conducta social y aceptables y las descarta o modifica, de modo que merezcan menor desaprobación social; y también aprende a aceptar nuevas formas de conducta que le serían muy útiles en su grupo social".⁴

En la adolescencia, se marca definitivamente el sentimiento social. El adolescente tiene tendencia a incorporarse a un grupo, que en parte marca su influjo personal. En este momento forma parte de sociedades políticas, religiosas, deportivas, literarias, etc. Tiene un sentimiento social tan patente, que en algunos casos puede llegar a sacrificar sus intereses personales por

3a. Barmes, Harry Elmer. Historia del Pensamiento Social, pág. 560, 561.

4. Hurlock, Elizabeth B., Psicología de la Adolescencia, páginas 116 y 140.

los del grupo. Manifiesta un sentido muy estricto de la legalidad. No soporta que se le usurpe lo que él considera sus derechos y desarrolla hasta el máximo los reglamentos.

En la última etapa de la adolescencia, la crisis se resuelve y se presenta un estado de equilibrio entre los problemas individuales y sociales. El adolescente se adapta cada vez mejor en su medio y llega a adoptar una conducta satisfactoria. Todas las inclinaciones se exaltan y se afrontan durante el período crítico de la adolescencia, se consideran como posiciones adquiridas que tienden a armonizarse. La posesión de sí mismo, la aplicación de las experiencias adquiridas en cuestiones útiles, suceden a la elevación de su personalidad.]

LAS PRIMERAS INFLUENCIAS SOCIALES

Como el resultado del proceso de socialización, el individuo adquiere pautas de conducta, aprobadas por el grupo social al cual pertenece. El grupo influye sobre su conducta, dejando huellas en su personalidad. Cada grupo social enseña pautas, normas y formas de actuar y de desarrollarse. Cuando el individuo ha llegado a la adolescencia, obtiene conceptos de sí mismo y de la estructura social, de la cual forma parte, paralelamente a las obligaciones y leyes que tiene que aceptar así como su lugar en ésta, hechos que constituyen los factores más importantes de su seguridad psíquica y social.

Aún cuando el adolescente en razón a su forma de pensar, sus ideas y sentimientos, siga siendo un individuo, por su conducta es esclavo del grupo, ya que se adapta al modelo de conducta establecido por el grupo. En su forma de vestir y en las modas, el adolescente imita a la mayoría. Acepta los ideales y conceptos morales del grupo; éste tiende sus secretos en torno a sus integrantes, y ningún extraño puede compartirlos. El adolescente se alejará de la familia, evadiendo las responsabilidades del hogar, descuidando sus estudios, para poder atender a sus compañeros y formar parte en las actividades del grupo.

La lealtad hacia el grupo, se demuestra en el uso del lenguaje aprobado por éste, ya se trata del convencional o jerga, y en la imitación de la conducta impuesta por el grupo (conducta exhibicionista). El grupo posee sus objetivos amorosos comunes, que son actores, actrices, de cine, radio o televisión; héroes futbolísticos, etc.

B).—COMPAÑEROS - ESCUELA.

Conforme van transcurriendo los años de la escuela primaria, los deberes escolares son progresivamente más pesados y la atención, según la edad, se va concentrando en diversos problemas.

Cuando ya han pasado los seis años de la educación primaria, llega una etapa de crisis difícil y esta es, el examen de admisión a la escuela secundaria, pero al ser superada con facilidad esta etapa, el adolescente ingresa a un mundo social, en el que los padres tienen menos influencia

en la elección de los juegos y compañeros. En esta época, en que los padres vigilan con discreción la moral de sus hijos y con especial cuidado la de las hijas, rara vez se enfrentan a ellos directamente para hablar de sus problemas e intereses. Las madres se avergüenzan de tratar temas sexuales con sus hijas y mantienen la idea de que todavía son inocentes.

Ya que se enseña a los adolescentes a evaluarse principalmente por su desarrollo físico, no debe sorprender que este sea una fuente de sentimiento e intereses, como orgullo, seguridad, duda, preocupación e inseguridad, según la apariencia física y particular de cada individuo, así como su forma y crecimiento. Muchos problemas de conducta y de bajo rendimiento escolar, podrían solucionarse asegurando a los estudiantes que son "normales", aún cuando su desarrollo y crecimiento no sean lo que corresponde al término medio.

Debido a los trastornos de equilibrio que sufre el individuo por la actividad de las glándulas de secreción interna, y la iniciación de la madurez sexual, es decir, la pubertad, que empieza en una forma brusca, se presenta el descuido corporal y la falta de obediencia en los varones adolescentes que ayer todavía eran dóciles; en las niñas, que hasta entonces habían sido cumplidas, aseadas y brillantes, las envuelve ahora la pereza; sus miembros largos y torpes hacen que con frecuencia rompan objetos, debido a que no tienen calculada la distancia. La indecisión que presentan hace incluso que pierda belleza su rostro que ahora presenta cierta vaguedad.

C).—COMPRESION SOCIAL.

El individuo debe estar capacitado para observar la experiencia de los demás, con el fin de estar enterado de lo apropiado; esto lleva implícito la aptitud para observarse a sí mismo como lo harían los demás. El niño carece de la comprensión social y de la autocomprensión. La comprensión social es debida por una parte a la maduración psíquica y por la otra al aprendizaje de una cultura determinada. A medida que van pasando los años de la adolescencia, aumenta la conciencia de la propia valoración, tal como se lo indica el grupo del mismo sexo. La capacidad para identificar la clase social en que se encuentra vinculado, incluye la comprensión social. El adolescente nace en un grupo social denominado familia, la cual a su vez es miembro de otro que ocupa una posición en la sociedad. El adolescente se encuentra supervisado por las presiones que provienen del grupo social al cual pertenece; como consecuencia, aprende conductas socialmente aprobadas, aunque no le agraden (posiciones adquiridas). Por medio del esfuerzo el adolescente puede permitirse identificarse con otra clase social diferente a la de él (posiciones adquiridas). La vinculación con dicha posición, son las formas de conducta que se espera tenga el individuo que ocupa determinada clase social. En nuestra sociedad, encontramos tres niveles de clasificación social: superior, media e inferior. El sujeto nacido en una clase social determinada, puede, por medio de sus esfuerzos, pasar a otra clase social superior.

Con el aumento de la edad del individuo, aumenta también la conciencia de las diferentes clases sociales.

Con la conciencia que posee el individuo respecto al papel que desempeña en el grupo —la denominada comprensión social— el adolescente percibe lo que se espera de él; por ejemplo, que sea leal, buen jugador y perdedor, que coopere con los intereses del grupo, que sea un sujeto equilibrado y que se someta a la autoridad del jefe.

La sociedad le exige compartir con los demás lo que posee; por tal motivo, no debe ser egoísta, aún cuando el egoísmo decrece a medida que aumenta la edad, y después alcanza su madurez. Como el adolescente se encuentra abrumado por sus problemas emocionales, no siempre puede manifestar conducta filantrópica.

4.—INFLUENCIA DEL GRUPO SOBRE LA CONDUCTA.

"Para el adolescente la opinión del grupo al que se encuentra vinculado, es más importante que la opinión de los padres u otros adultos".⁵ Existen muchos factores por los cuales el conjunto social influye tanto y tan adecuadamente sobre el adolescente, como lo es el hecho de la vida del estudiante de bachillerato o de la universidad, donde se encuentra en contacto con otros sujetos de sus mismos intereses. A medida que el adolescente se aleja de los cuidados y dependencia de la familia, substituye a éste por otra que le ofrece seguridad, como son, las relaciones sociales con sus compañeros, el adolescente se siente ofendido al no encontrar un lugar en su hogar, la falta de una ubicación adecuada que él piensa debería tener al comenzar su período adolescente, en cambio, el grupo donde se encuentra; sí le ofrece dicha posición, ya que en el hogar lo siguen considerando como a un "niño". En el grupo encuentra que hay interés hacia él, en consecuencia, es necesario que pertenezca a un grupo con el que pueda compartir los buenos momentos que desea disfrutar y se interesa por las personas del sexo opuesto para establecer relación y disfrutar de su compañía.

La seguridad en sí mismo trae como consecuencia el deseo de obtener la aprobación del grupo. A medida que el adolescente crece y se desarrolla, va adquiriendo mayor autoconfianza; se basta a sí mismo, ya no siente la fuerte necesidad de depender del grupo; necesita aprobación y reconocimiento a medida que avanza su adolescencia, en su deseo de obtener su individualidad y de ocupar su puesto dentro del grupo social. El adolescente trata de llamar la atención del grupo sobre él.

Toda esta conducta trae como consecuencia que el adolescente se comporte de tal manera que ya no aprueban sus compañeros y así llamar la atención. La mayor parte de su comportamiento es agresivo y exhibicionista, que a menudo se presenta al final del período adolescente, y esto es estimulado por el deseo de infundir confianza y lograr reconocimiento.

5. Meek, 1940, citado por Elizabeth Hurlock, Psicología de la Adolescencia, página 124.

"Con el objeto de conseguir su finalidad, el adolescente viste ropas de corte extravagante o colores chillantes, cuenta "cuentos subidos de color"; su risa es exagerada, habla con autoridad sobre cualquier tema, sin importarle su ignorancia del mismo, emplea palabras altisonantes y poco comunes para que los demás presten atención a lo que dicen, trata de cambiar la calidad tonal de su voz y pronunciación de las palabras, lo que generalmente produce su modo de hablar afectado, y expone puntos de vista extremistas y no convencionales acerca de los temas en discusión, no porque crea en ellos, sino porque aprecia el valor que ellos tienen para llamar la atención. Otra forma de conducta agresiva en la etapa final de la adolescencia, es la fanfarronería con respecto a sus realizaciones, principalmente amorosas, la aceptación de cada nueva extravagancia tan pronto como aparece, el adoptar cierto aire despectivo al ejecutar peligrosos actos de acrobacia y criticar y tratar de reformar a los demás".^{5a}

5.—FACTORES QUE INFLUYEN EN LA ADAPTACION SOCIAL DEL INDIVIDUO.

El proceso de socialización del individuo se realiza por medio de varios agentes de la sociedad. Los grupos sociales en los que el niño se desarrolla y se transforma en adulto socializado, son grupos que cuidan de él, lo gratifican, le castigan, le aman, lo educan, etc. Los principales agentes de socialización en la vida del niño son: la familia, la escuela, la Iglesia, etc.

Otros factores que influyen en la vida del niño son las organizaciones infantiles, las distintas organizaciones educativas, económicas y políticas de la comunidad, además de los medios de divulgación, como la prensa, la radio, la televisión y el cine.

El niño y el adolescente toman como modelo a las personas que los rodean.

Entre los 10 y 11 años, los niños van con frecuencia al cine por las tardes, van en grupo (2 ó 3) y las niñas van siempre acompañadas de un adulto. Desde esta edad, comienzan a tener más libertad los niños que las niñas. Estos practican juegos imitando a los vaqueros y aquellas a las muñecas; a todos les gusta la radio y las canciones populares.

Nuestra sociedad actual concede mucha importancia al aspecto físico de las personas y favorece a los adolescentes que crecen con rapidez, especialmente a los varones. Las diferentes clases sociales tienen divergencia en cuanto a la importancia que le atribuyen a la apariencia personal. Las sociedades modernas, otorgan una importancia fuera de lo común al físico durante la adolescencia; por ejemplo: es muy importante que el adolescente en nuestra sociedad sea muy "macho".

En nuestra sociedad todo individuo atraviesa por la adolescencia con marcado interés en el desarrollo de su cuerpo y con frecuencia se compara

5a. Hurlock, Elizabeth, B., Psicología de la Adolescencia, páginas 150-180.

con sus compañeros de la misma edad. La precocidad o la lentitud en el desarrollo es siempre motivo de preocupación; por ejemplo: el varón se preguntará por qué sus genitales no crecen o no han alcanzado el mismo tamaño de otros niños, que él conoce, y la niña se preguntará por qué sus senos no crecen.

Cada sociedad tiene normas de belleza y atractivo personal. El ideal para el hombre en nuestra sociedad, es ser fuerte, ancho de hombros, alto, masculino. Para la mujer varía más, de acuerdo con la época, aunque parece que los últimos años el ideal es tener una estatura media y buena apariencia.

Los cambios psíquicos del adolescente son paralelos a los cambios externos, y también a los de actitudes e intereses.

A).—**Relaciones familiares.** Las relaciones entre padres e hijos en cuestión de sexo, son más abiertas, pero menos positivas, aunque no lo mencionen. El padre siente una gran satisfacción en haber procreado un hijo varón. El llamado complejo de virilidad (actitudes masculinas) es transferido al hijo.

En la niña encontramos en contraste con el complejo de virginidad, que parece ser producto de la conducta sexual de las normas culturales, mientras que en el hombre parece ser que se le considera hijo predilecto de la naturaleza.

B).—**Posición social.**—El desarrollo de la competencia social es rápido durante el período adolescente, y en parte es debido a muchas oportunidades que le brinda el medio social y escolar por medio de las actividades extra cátedras, para que se logre tal aprendizaje.

La mayor parte de adolescentes, tienen conocimiento de su ignorancia sobre las normas de urbanidad; motivo por el cual se sienten incómodos en ciertas situaciones sociales. Se alejan transitoriamente de las actividades sociales por temor a la inhibición que le produciría el actuar en forma incorrecta cuando la necesidad de obtener la aceptación social es intensa, esta situación impulsa al adolescente a adquirir el conocimiento de las reglas y aptitudes de competencia social.

"El adolescente necesita, para desarrollar la competencia social, que se le guíe en el hogar y en la escuela, y debe tener oportunidad de practicar lo que ha aprendido. Los individuos de los grupos socio-económicos superiores, tienen en sus hogares ocasión de aprender lo que es correcto, no así los que provienen de los grupos inferiores, quienes generalmente carecen de ambiente hogareño, en el cual es escaso tal conocimiento. La guía significa la escuela que llena a veces este vacío. Aunque no es probable que en los cursos de urbanidad tomen parte de ningún programa escolar, puedan brindar información respecto a las diversas actividades extraescolares, o bien formular sugerencias sobre fuentes de información de quienes habitualmente obtiene el adolescente estos conocimientos".⁶

6. Strang, R., 1931, citado por Elizabeth Hurlock, Psicología de la Adolescencia, página 138.

Mientras más práctica tenga, tanto más seguro y aplomado será. Conocer lo que hay que hacer no basta; el adolescente debe tener ocasión de practicar lo que aprende.

Antes de iniciarse la adolescencia, los individuos se alejan de los grupos sociales y atraviesan una etapa en que prefieren el aislamiento. Tienen poco interés en los amigos, por algún tiempo su conducta podría clasificarse con cierta lógica como poco social. Pero esta etapa es transitoria; a medida que aumenta la edad, que va acompañada de transformación física, propia de este período, de nuevo sienten la necesidad de la vida social, procuran crear una sociedad que satisfaga sus necesidades e inquietudes. Los cambios físicos van paralelos a la transformación de los ideales; éstos se reflejan en los cambios experimentados por los diferentes grupos sociales que satisfacen ahora sus necesidades.

"Al igual que los niños, sin embargo, los adolescentes necesitan la seguridad que les ofrece la amistad de sus compañeros. Esto es especialmente importante para el adolescente porque en muchos casos durante el período de transición, de la infancia a la adolescencia, se ha sentido la intimidad de la relación de padre e hijo, que sirvió como fuente de seguridad para el niño. Cuando esto sucede, como ocurre en un gran porcentaje de casos, aumenta la necesidad de una sociedad restitutiva. El grado en que ésta, integrada por sus compañeros resulta, dependerá de la distancia social en relación con sus compañeros".

La distancia social es el grado de intimidad que existe entre amigos. "Es la comprensión simpática que existe entre personas, entre grupos de personas y cada uno de los integrantes del grupo. Cuando hay escasa comprensión simpática, existe el alejamiento social. Cuando la comprensión es grande, prevalece el acercamiento".⁷

Los factores de los cuales depende en parte la distancia social son: la frecuencia del contacto y el grado de calor emocional que existe entre los individuos.

C).—LA INTERACCION DEL INDIVIDUO CON LA SOCIEDAD.

El medio social, oprimido por el signo económico y de poder, ha dedicado sus esfuerzos a alcanzar estos valores. Hoy, que como nunca en la historia de la humanidad, se dispone de medios publicitarios inmensos, con los cuales una idea, un pensamiento, buenos o malos, pueden ser divulgados en menos de 24 horas, y leídos por millones de personas, en todo nuestro planeta. Sería interesante analizar, de los 365 días del año, qué es lo que dice la prensa a ocho columnas; podríamos advertir sin duda que se refiere en su mayor parte de las veces a la guerra de nervios, a la guerra fría, amenazas, calamidades, la explosión atómica y así por el estilo a actitudes negativas que se inclinan a indicar al adolescente que el camino del buen éxito es el del poder y del dinero, que el

7. Bogardens, 1941, citado por Elizabeth B. Hurlock, *Psicología de la Adolescencia*, página 139.

que más tiene más puede y el que no se adapte a la explotación y atropello fracasará.

Pocos son los individuos que llegan a convencerse de la trascendental era de los valores de tipo espiritual, como el saber, el arte, la religión, la moral, etc., los cuales deben diferenciarse, mas no distinguirse, de la obra material que no podrá constituir jamás el ideal. "El hombre —dice Einstein— debe estar dedicado a servir a los demás, porque los demás están dedicados a servirle a él mismo".

Las presiones ambientales, el hogar, la cultura, la comunidad, los grupos de asociaciones de amigos y compañeros, el vecindario, la recreación, los medios de difusión, cine, teatro, radio, televisión, prensa, tiras cómicas, notas rojas; todo ello en relación con la organización socio-económica, cultural y su consecuencia en las manifestaciones delincuenciales, son importantes, aunque todavía no se ha determinado con precisión en las actuales investigaciones la forma exacta de su influencia en la sociedad moderna. Es muy probable que aquellos medios en que se exalta la violencia y el sexo, ejercen una influencia nociva en la juventud en general. Dicha influencia estaría de terminada por la constitución psíquica de los sujetos y por los factores circunstanciales. "Predomina la creencia de que sólo los niños predispuestos a las acciones antisociales pueden ser motivados por estos medios, que serían factores precipitantes. Su aspecto negativo contribuye al comportamiento delictivo, influyen en cuanto presentan y prestigian como valores falsos y artificiales que tienen poco valor estético, son de dudosa moral y plantean un sentido deformado de la realidad, todo lo cual produce una actitud más laxa, tolerante y libertina ante las normas éticas y sociales. Es necesario una comprensión global del problema de la delincuencia juvenil que considere la multiplicidad de sus manifestaciones y su causalidad multifacética respecto a la personalidad total del sujeto en que se presenta la conducta delincuente".^{7a}

Es nefasta la corrosiva acción de los medios de difusión y propaganda, al exhibir figuras incitadoras en murales y carteles y financiar el venenoso cine comercial. Existe la pornografía de películas que ostentan el "cartelito" de no apta para menores y de las revistas ilustradas o no, que proporcionan un excelente negocio. Esto nos hace comprender que una sociedad que corrompe sus recursos educativos y de difusión cultural por medio de libros, revistas, películas, medios audiovisuales, etc., toda acción preventiva o curativa, debe estar a cargo de especialistas idóneos: psicólogos, médicos, educadoras y trabajadoras sociales bien capacitados para la dura prueba.

Pero ¿qué sociedad puede tomar con tranquilidad el candente problema? Habrá que investigar en qué medida el papel del héroe del delincuente tuvo su germen en el orgullo de la propia suficiencia de un mundo de descomposición, en el que a diario se publican los buenos éxitos de delincuentes amparados por la ley, pues las pequeñas raterías son castigadas severamente por la ley.

7a. Hurlock, Elizabeth B. Psicología de la Adolescencia, página 126.

La maniobra demagógica de los gobernantes que se hacen llamar "defensores del pueblo" y por lo tanto de su más importante riqueza que es la adolescencia, muestran también la búsqueda de sus propios intereses personales, ocultos bajo las palabras vagas o de interpretación al gusto del consumidor.

Únicamente en raras ocasiones, vemos en los encabezados de los diarios publicados, la exaltación a la virtud o a la bondad, a la capacidad cívica del pueblo, el premio y el relato de los valores científicos, estéticos, etc. Parece que el pueblo lee con mayor interés las noticias del mal que del bien.

Existen secciones completas para el deporte, industria, economía y sociales, etc., pero una mención para los individuos que trabajan en las aulas de los laboratorios, bibliotecas, hospitales, forjando el futuro de la patria, apenas si recibe publicidad. Estos actos de verdadero valor social, no son taquilleros, es necesario que el periódico se venda, poner en los titulares a las autoridades, a la cuerda floja y a los niños que matan, desafortunadamente, al imitar a "Pancho Pantera". Es evidente, bajo este punto de vista de un sector de la comunidad actual, que los medios citados no son adecuados para exigir a nuestros adolescentes una cabal comprensión de los valores positivos.

BIBLIOGRAFIA

Brooks, Fowler D.—Psicología de la Adolescencia. Tercera reimpresión, 1957. Argentina.

Bühler, Charlotte — La vida Psíquica del adolescente —Editorial Nova. Argentina.

Debesse, Mauricio — Las crisis de la adaptación juvenil — Biblioteca — Nova de Educación 1955 — Argentina

Elcheverry, Delia — El adolescente y la escuela secundaria — Editorial Universitaria de Buenos Aires. 1961.

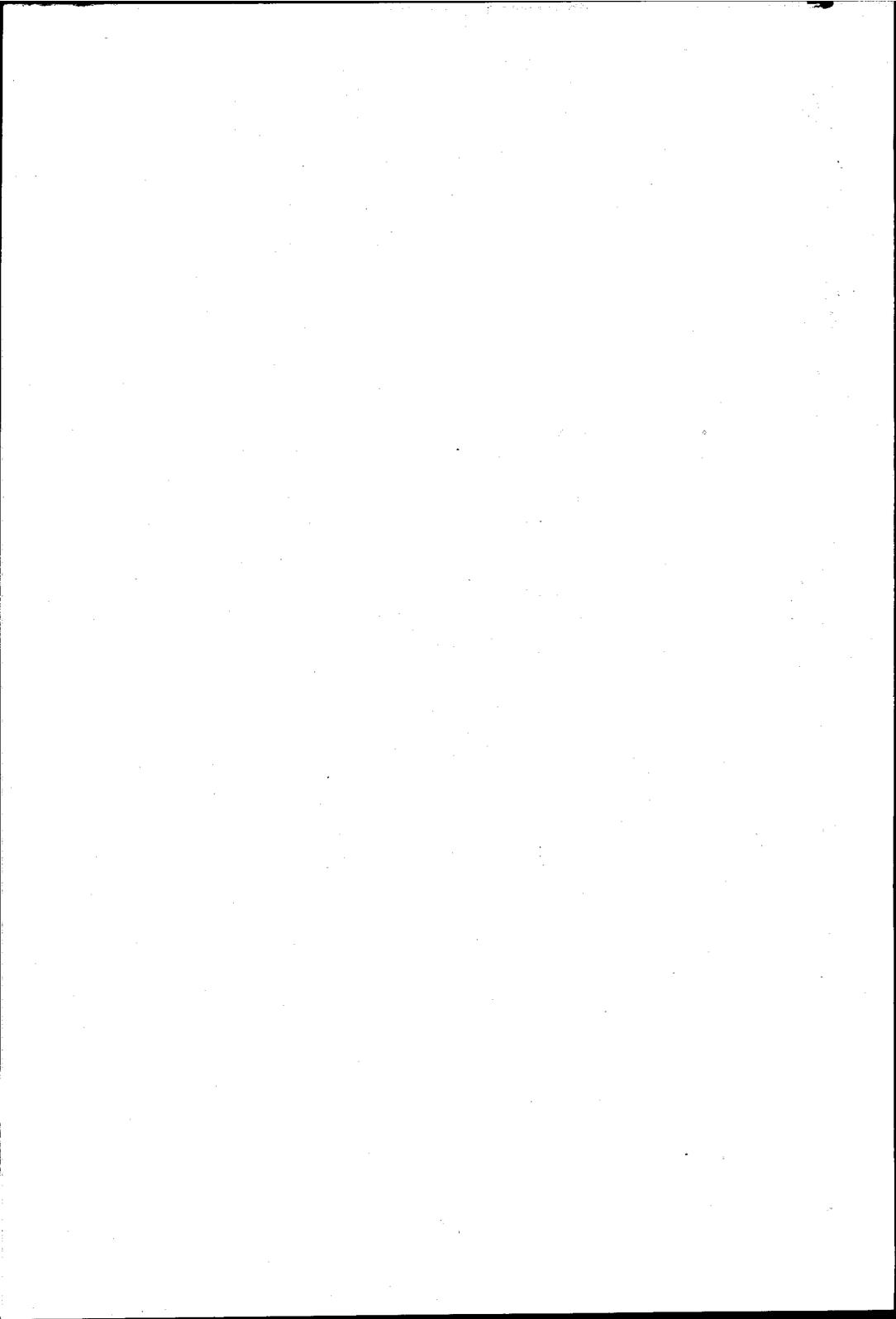
Folleto de la Unión Panamericana — Psicología Social del Adolescente. Secretaría General, Organización de los Estados Americanos.— Washington. 1962.

Friedlander, Kate — Psicocálisis de la Delincuencia Juvenil — Editorial Paidós. Argentina.

Fromm Erick. Etica y psicoanálisis, Breviario No. 74 del Fondo de Cultura Económica.—2a. Edición, México. 1957.

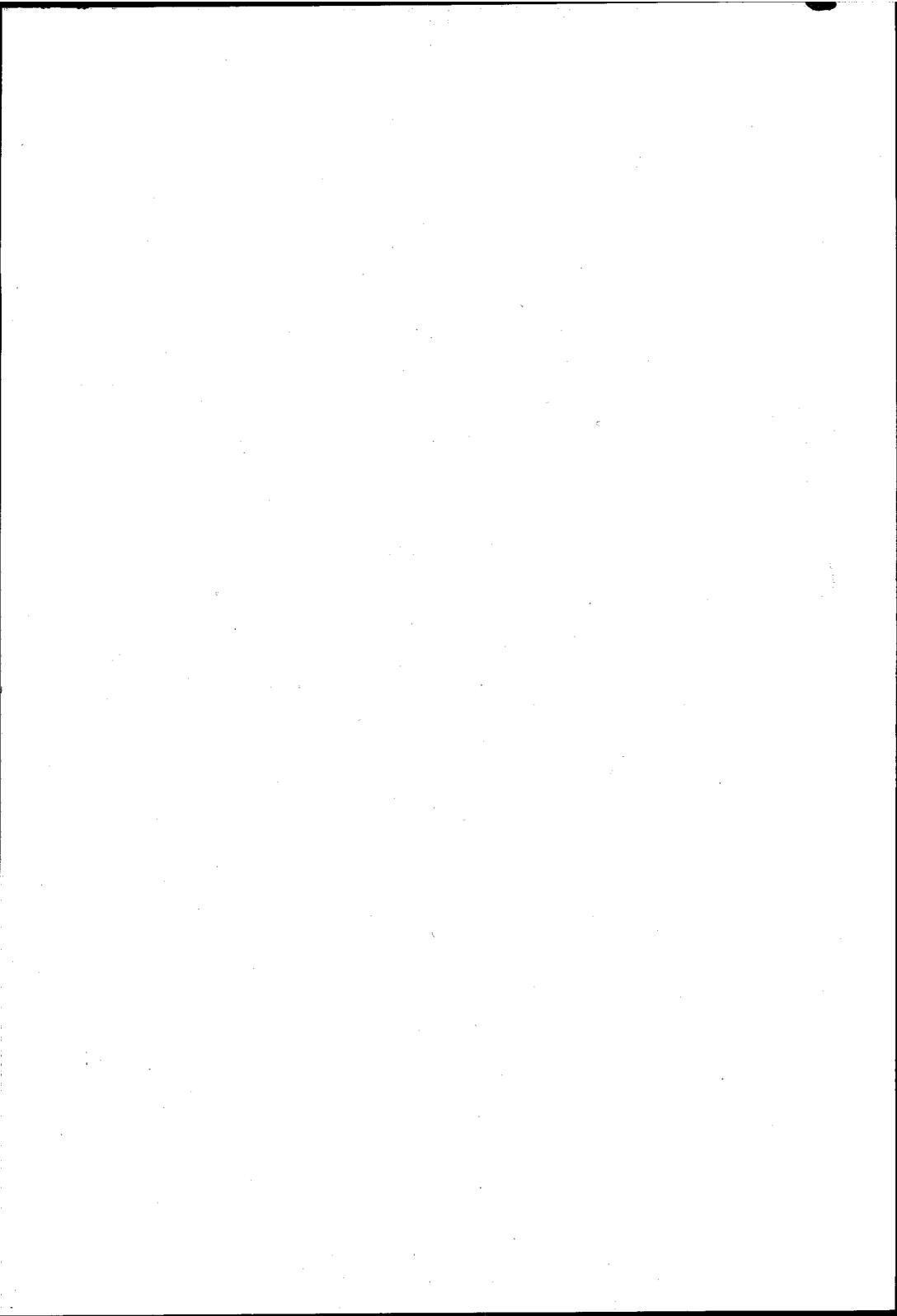
Hurlock, Elizabeth B. — Psicología de la Adolescencia — Biblioteca de la Psicología Evolutiva — Editorial Paidós. Primera Edición. 1961. Argentina.

Linton, Ralph — Estudio del hombre — Fondo de Cultura Económica.—6a. Edición México. 1963.



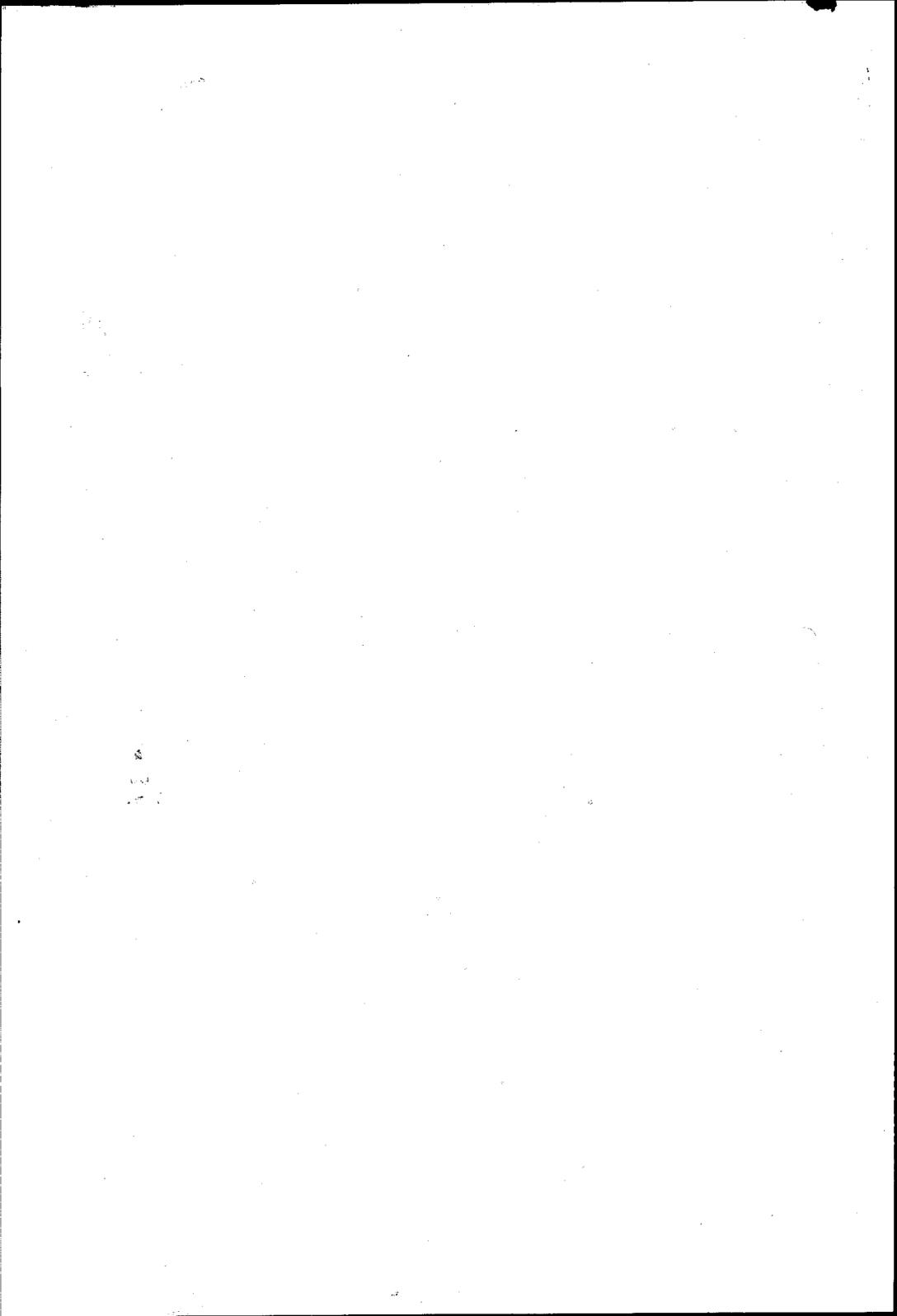


Estos jóvenes no tienen nada que ofrecerle a la sociedad, psicológicamente, física ni socialmente son aptos. La comunidad no hizo nada por ellos, ahora la misma comunidad los castiga.





“Educad a los niños y no será necesario castigar a los hombres”.



CAPITULO II

LOS MEDIOS DE DIFUSION EN LA SOCIEDAD CONTEMPORANEA

- 1.—Impacto social de las diferentes formas de difusión.
 - A)—Influjo psicológico de los medios de difusión en las futuras generaciones.
- 2.—Objetivos de la difusión.
 - A)—Cultura.
 - B)—Educación.
 - C)—Diversión.
 - D)—Propaganda.
- 3.—Utilización de los medios de difusión en los regímenes totalitarios.
 - A)—Transfondo psicológico.
 - B)—Reglamentación de los medios de difusión.

"El lenguaje visual es capaz de difundir el conocimiento con más eficacia que cualquier otro vehículo de comunicación".

Gyorgy Kepes

CAPITULO II

LOS MEDIOS DE DIFUSION EN LA SOCIEDAD CONTEMPORANEA

El impacto social de las diferentes formas de difusión.

El hombre tiene diferentes formas y maneras de comunicarse y entre ellas solamente vamos a citar cuatro, que consideramos para nosotros de mayor interés, éstas son: el cine, la radio, la prensa y la televisión.

Hoy en día los medios de difusión a las masas, han alcanzado a millones y millones de seres esparcidos por toda la faz de la tierra. Por medio de la difusión, cada día, cada hora, cada minuto, se recrea al hombre moderno, se le informa, lo influye de esta manera o de aquella a emplear su dinero en una infinidad de cosas.

Una de las principales tragedias de nuestro siglo, es la moral y el desarrollo social que no ha ido paralelo con el desarrollo técnico. Los medios de difusión, son fuerzas muy potentes en nuestra sociedad, fuerzas que por desgracia pueden ser usadas tanto para el bien como para el mal.

El mal uso de los medios de difusión es tan grande, que no es fácil enfatizar sobre ellos para olvidar que estos mismos medios pueden ser usados para promover el bien social. Los medios de difusión son artificios mecánicos y esto deberá ser recordado; tanto es así, que ni son morales ni son amorales; quien determina cómo deberán ser empleados es el que hace uso de ellos. Hay una amplia evidencia de los bienes reducidos por los medios de difusión.

Como ejemplo de su uso, ya sea para fines políticos o simplemente culturales, tenemos los casos siguientes: el Departamento de Estado de los Estados Unidos envió 4 millones de libros cómicos a Corea en 1950,

para explicar a los coreanos el modo de vida occidental; la UNESCO usa los libros cómicos como medio de enriquecimiento cultural (8).

Radio, periódico y televisión, hacen un trabajo efectivo para mantener informado al público acerca de los importantes eventos del día. Programas de música popular pueden ser oídos en cualquier parte del país, simplemente con girar un botón.

El tiempo de guerra exige a la industria cinematográfica ayudar a la venta de bonos de guerra, animando al público a dar donativos de sangre y en general fomentando la unidad del pueblo.

A) Influjo psicológico de los medios de difusión en las futuras generaciones.

La propaganda influye, intensa y convincentemente, y todo su procedimiento constituye una técnica publicitaria.

La sociedad esta pendiente de la prensa, la televisión, la radio, el cine y los anuncios comerciales. El hombre es objeto de los medios publicitarios; la publicidad debilita la personalidad y puede orientar o desorientar, pudiendo ser útil o inútil a la sociedad según sean los objetivos que se hayan fijado los sujetos que la manejan. El que sea beneficiosa o perjudicial radica en la capacidad y conciencia de sus dirigentes. La publicidad en manos de personas desquiciadas obviamente producirá desquiciamiento en los que reciben su acción, que podría ser una excelente arma de progreso.

La publicidad puede ser un instrumento para crear psicosis social y su acción mal dirigida afectará la salud mental de los jóvenes adolescentes.

Ejemplo: Se adoptó en el año de 1938 en los Estados Unidos, a la radio, la novela "La guerra entre dos mundos", la que provocó el pánico de millones de norteamericanos que tomaron por cierta la imaginaria invasión de marcianos a nuestro planeta.

Los intereses creados producen un tipo de propaganda obsesiva y repelitiva. La acción se transforma de psíquica en física, obra sobre la mentalidad colectiva en forma progresiva y de esta forma agresiva se va formando un estado de psicosis social en relación con el objetivo propuesto.

Si todos estos factores influyen en las generaciones jóvenes, tenemos como resultado una juventud inestable y desequilibrada.

2.—OBJETIVO.

Cultural.

Es uno de los elementos integrales de la civilización y ésta comprende el progreso material y moral.

El ser humano lleva un bagaje de cultura sobre sus hombros, que deberá perfeccionar para transmitir a las nuevas generaciones.

(8) Kinder James S., citado en la obra audio-visual *Materials and Techniques*, Páginas 2 y 3.

Las nuevas generaciones dentro de una sociedad, descubren que muchos de los problemas con que se encontrarán durante su vida, fueron conocidos y resueltos por generaciones, por lo que tiene que seguir en su afán de perfección.

El desarrollo de los medios de difusión entre los hombres, aparte de la herencia biológica, fué un complemento necesario de la transmisión de la conducta.

La facultad de transmitir de generación a generación las costumbres, conducta, historia y folklore, les dió a los hombres ventajas abrumadoras en la lucha por la existencia y en la dominación de otros pueblos, y de esta manera fué posible desarrollar y transmitir nuevos patrones culturales de un pueblo a otro, y con esto el individuo se benefició con la experiencia de generaciones anteriores.

Los padres transmiten a sus hijos el bagaje cultural que ellos poseen y estos se los comunican entre individuos, y estos a su vez a la comunidad, y así pasa una cultura de una comunidad a otra, hasta que llega al ámbito nacional o internacional, siendo aquí donde los medios de difusión merecen un importante papel en la transmisión de todo un cúmulo de herencia cultural.

Los medios de difusión deben propagar la cultura, instrucción, educación o las tres cosas a la vez, en los individuos, las clases sociales o los pueblos.

Educación.

Uno de los objetivos de los medios de difusión, debe ser el de poner la educación al servicio del desarrollo económico y social de los pueblos, ya que al contribuir a desarrollar estos medios, se aumenta la oportunidad de educación en general, y sobre todo en la juventud, y la posibilidad de que ésta comprenda mejor el mundo en que vive.

Aunque cada medio de difusión tiene un papel determinado que desempeñar en la educación, queda mucho por hacer para mejorar su empleo coordinado para dicho fin. Por ejemplo, se podría hacer uso de la radiodifusión 1) para proporcionar noticias a los periódicos escolares y la prensa provincial. Por otra parte, podrían utilizarse los "teleclubs" y otros centros similares, accesibles a los miembros de la comunidad, para combinar las apreciaciones de programas de televisión con debates de temas tratados en la prensa.

En los Estados Unidos los supervisores que abordan el problema de la educación, han exigido vender en las escuelas emisiones de bonos para explicar cuestiones educativas. La industria y los grandes departamentos para promover la seguridad social. Algunas Iglesias han usado los libros cómicos para explicar principios morales. Los mismos diarios que giran alrededor de la literatura sensacional también imprimen miles de copias de clásicos y de los más modernos escritores.

Los escritos cautivan la atención de los lectores de todo el mundo e incluso los de los tiempos venideros y aún después de su muerte. Las ideas expresadas por escritos en libros y en periódicos pueden llegar a millones y millones de personas.

Hoy por hoy, la información adquiere en América Latina una pro-

yección inusitada, y sobre los profesionales encargados de proporcionarla, pesa una gran responsabilidad. Los periodistas y demás trabajadores de los medios de difusión, tienen que colaborar con el maestro, psicólogo, médicos y estadistas para promover el progreso de nuestro explotado continente. Tienen la obligación de dar una información sin compromisos, proporcionándola con un espíritu de iluminación sin soprescas, orientándola al campo positivo y educador. Es esta una obra de hombres que actúan sobre los medios de difusión y cuya misión ha consistido en despertar la opinión pública; son estos medios fuerza promotora de fundamental importancia para el progreso de América Latina, por cuanto constituye el agente educativo más poderoso.

Diversión.

Los medios de difusión con fines de esparcimiento o diversión, no tratan de transmitir noticias ni educar, tampoco de organizar obras de trascendental importancia, sino tan solo de producir sentimientos de alegría, donde el espectador, por minutos, se olvida de sus problemas cotidianos y se entrega al espectáculo. Se pueden producir en el público diversas clases de sentimientos, alegría, tristeza, hilaridad o aún terror. Si el actor logra este objetivo, millones de personas disfrutan de una distracción que de otra manera no podría gozar. Millones de espectadores u oyentes, se conmueven al oír la voz de una gran cantante en la radio, una película o un discurso.

Los medios de difusión al servicio del esparcimiento, la diversión y la instrucción de los pueblos, es uno de los grandes medios de hacer amable la vida.

Propaganda.

Los propagandistas se valen a menudo de una serie de artificios que es necesario conocer para poder lograr juzgar debidamente la naturaleza de la propaganda.

Los estados modernos disponen de departamentos que se encargan de la propaganda oficial y también de la propaganda extranjera, dentro de su territorio.

La propaganda de los nazis fue para ciertos estados europeos, un verdadero problema que trataba de influir en las naciones con gran campaña de agitación y que culminó con la ocupación de Alemania, de Austria, Checoslovaquia y Polonia, en 1938-1939.

En los Estados Unidos, se aprobó en 1938 una ley, la cual obliga a registrarse en el Departamento de Estado a toda persona que actúe como agente de publicidad de un gobierno, de un partido político o de cualquier otra organización extranjera.

La propaganda de Goebels fue muy eficaz y puede decirse que en gran parte el éxito temporal de Hitler se debió a las actividades propagandistas de su ministro. En Francia, Giraudou en 1939, pudo mantener un poco la situación por sus hábiles informaciones y discursos al caído espíritu francés.

Hay países donde tienen un Ministerio de Propaganda, que especial-

mente está dirigido a la reglamentación de los problemas relacionados con la difusión política o labor del gobierno del país de que se trate, le interesa dar a conocer desde el punto de vista nacional o desde su propia política.

El progreso de los medios de difusión ha dado una gran importancia a la propaganda.

La propaganda entra en la escuela, en la Iglesia, en el hogar, y ejerce siempre una influencia sobre nosotros. Es una arma poderosa que puede emplearse la mismo para la defensa de la paz que para la guerra. Influye en la formación de nuestras opiniones sobre cuestiones políticas, sociales, públicas, positivas o negativas. En forma de anuncios nos incita e indica a aceptar y comprar nuevos productos científicos y comerciales.

Por diferentes medios, se puede propagar una conferencia dictada en cualquier lugar del globo terrestre: dentro del país, se transmite directamente a muchos hogares por la radio y la televisión los periódicos publican la conferencia, y los noticieros cinematográficos proyectan días después los cortos más sobresalientes.

La propaganda produce efectos diversos, según la formación individual de las personas que las reciben. Lamentablemente, no todos los individuos tienen la madurez necesaria y la serenidad de juicio para darle su debido valor a la propaganda.

Podríamos clasificar los recursos empleados en la propaganda, de la siguiente manera:

Los ofensivos, que despiertan odio y temor cuando se aplican a individuos o grupos de individuos o de ideas y normas de conducta que el propagandista desea que el grupo rechace, acepte o condene. En los países de denominación democrática, las palabras dictador y fascista, son ofensivas. Los políticos suelen usarlas para calificar a los que tienen ideas contrarias a las que ellos predicán.

Las palabras brillantes son contrarias a las ofensivas: el uso de palabras eufónicas como libertad, progreso, justicia, civilización, independencia, patriotismo, etc., etc., los políticos las utilizan para obtener adeptos. Los dirigentes de masas a menudo recurren al patriotismo para captarse simpatizadores o adeptos, aunque el patriotismo no tenga ninguna relación con el problema.

Mediante el mecanismo de la transferencia, el propagandista trata de darle prestigio a su causa o partido, con la autoridad o con las declaraciones de algún personaje importante o institución que participe de su opinión.

En sentido general, todo intento que se haga para convencer a los demás o para tratar de modificar opiniones es propaganda y es una fuerza enorme que recae la responsabilidad en las personas que la emplean.

3.—UTILIZACION DE LOS MEDIOS DE DIFUSION EN LOS REGIMENES TOTALITARIOS.

En nuestros tiempos, hemos visto que los dictadores se aprovechan de los medios masivos de comunicación y los usan como vía de control del pensamiento. En efecto, uno de los clásicos pasos para el estableci-

miento de un gobierno dictatorial, es el control de la mayoría de los medios de comunicación para que los ciudadanos empiecen a actuar y a pensar como el dictador lo desea. En Rusia, Italia, Alemania y Japón se han seguido estos patrones de conducta. Particularmente prominentes instrumentos en el proceso de influenciar las ideas y las creencias de la gente, han sido los periódicos y los libros; la radio y la televisión ofrecen ahora nuevas oportunidades.

En los países totalitarios, la propaganda es un monopolio del Estado, que no admite ninguna crítica y contra la cual no se puede protestar; pero no solo los regímenes totalitarios utilizan los medios de difusión como fuerza para sostener su régimen. En los Estados Unidos, la radio, el cine, la televisión y los periódicos, son usados por los demagogos para oponerse a los programas políticos y en nuestra América Latina ésta situación no es rara, para criticar a sus oponentes y difundir la historia en la nación.

La propaganda de los países totalitarios, invade libremente a los países democráticos y con su propaganda levantan grandes protestas cuando se les permite hablar. Los gobiernos democráticos se ven obligados a contrarrestar su propaganda tan distorsionadamente presentada, aunque se encuentra con las dificultades lógicas de sus propios sistemas.

La propaganda entre los pueblos, es de importancia capital, los totalitaristas explotan el cansancio de las masas, excitan sus sentimientos patrióticos, todas las fuerzas psicológicas son necesarias para la causa, y debe ser puesta en juego y utilizarla.

A medida que la propaganda se hace más fuerte a la luz pública se hace más amenazadoramente inminente, y crece la esperanza de adueñarse más fácilmente del gobierno.

La prensa rotativa inunda al país con su literatura fabulosa y sensacionalista, con una intensa propaganda al régimen actual, violencia de todas clases descrita con detalles, libros cómicos con crimen, sentimentalismos vanales y otros temas que sería muy largo enumerar y que son leídos por nuestros niños y adolescentes con gran avidez.

Es necesario contar con el ejercicio correcto de la libertad de información y de opinión que exige contar con medios de información humanos que garanticen su funcionamiento. Uno de los medios básicos lo constituye la preparación profesional y ética de los periodistas y demás profesionales de la rama de la difusión, así como en cuanto a lo que concierne a las técnicas de su profesión y a las formas del más estricto humanismo.

La prensa, la radio, cine y televisión, son empleados por los gobiernos y políticos, por los intereses del capital y del trabajo y por los defensores de todas las causas, para influir en los sentimientos y opiniones y los actos de masa y el público en general, y así, lograr un pueblo con un excelente nivel de vida, un alto nivel, social y cultural y en resúmenes cuentas, una sociedad sana.

Es una misión que nos corresponde a todos; pero muy especialmente a gobernantes, estadistas, educadores, psicólogos y en general, a todos los conductores de la opinión pública en América Latina, liberar al habitante de nuestro continente de muchas cadenas que le impiden el ac-

ceso a la libertad: miseria, desnutrición, analfabetismo, inescolaridad y esos ancestrales conflictos disociados de todo esfuerzo constructivo que miran hacia un futuro ennoblecido por la actitud del hombre. En esta tarea, como en todas las cosas, la inmensa perspectiva de la prensa y otros medios similares, reside en la honestidad de sus compromisos. En última marca, se detienen, se deshacen los mejores propósitos y las más profundas esperanzas.

Trasfondo psicológico.

"El jefe se identifica a sí mismo con la doctrina absoluta y la negativa viene a ser considerada no como una diferencia de opinión moral o ideológica, sino como un crimen. Es característico del jefe paranoico que, cuando se encuentra con oposición, pierde rápidamente su precario equilibrio y cae víctima del anhelo de su propia conmiseración de manía persecutoria y de su necesidad de suicidio. El caudillaje es la salvación de unos pocos, pero aún para muchos, incluso el ser miembros de un movimiento totalitario y la sumisión de una doctrina exclusiva puede ofrecer una liberación del egismo inadaptado".⁹

Es necesario pensar que para que exista un régimen totalitario tiene que existir una relación entre el jefe de Estado y el pueblo-sado-masoquista y en realidad, hay ciertos rasgos que pueden ser considerados característicos de esa clase a lo largo de la historia su amor al fuerte, su odio al débil, su mezquindad y su avaricia, no sólo con respecto al dinero, sino también a los sentimientos, y sobre todo, su ascetismo. Toda su vida está fundada en el principio de la escasez, tanto desde el punto de vista económico como psicológico.

La impaciencia y la violencia que en algunas ocasiones fomentan los medios de difusión, hace que muy pronto el entusiasmo de la masa sienta hostilidad hacia el ideal revolucionario.

Sin duda que el poder psicológico que tienen los medios de difusión para influir, orientar y determinar la opinión pública, no está limitando la actitud mental que adopte de la opinión pública frente a los acontecimientos, indudablemente que en cierta manera estarán determinados por ellos.

La obra maestra de los medios de difusión, consiste en modificar el corazón humano por medio de la educación, de la autocrítica, el razonamiento y por los atractivos del placer para conservar el equilibrio, todos aquellos elementos que hacen a una sociedad más libre y más sana mentalmente.

Reglamentación de los medios de difusión.

Como la comunicación es indispensable a la sociedad, el funcionamiento y la dirección han creado problemas sociales que preocupan a los gobiernos, todos los países han determinado leyes que les permiten las diversas intervenciones oficiales; unas de reglamentación moral y

(9) Talmo J. L. citado en la obra Orígenes de la Democracia Totalitaria, página 43.

educativa, otras de seguridad y garantía y otras de una supervisión absoluta sin garantías por parte del Estado.

La intervención absoluta sobre la radio, los periódicos, libros y otros medios de comunicación. Podemos mencionar varios países como Gran Bretaña, que deja en libertad a la prensa, pero interviene en la radio; en Rusia, todos los medios de difusión están al servicio del Estado; en los Estados Unidos, la prensa y la radio y otros medios de comunicación, tienen garantías absolutas en su libertad, sin censura previa en tiempo de paz, a no ser que incurran en delito de traición, calumnia, inmoralidad, etc. En nuestros países latinoamericanos, existe libertad de expresión, estampada en las leyes y a veces se alardea de ella; pero en realidad, cuando un gobernante ve que publican una noticia que va contra la línea de su política, la prohíbe, no sucede así cuando los periódicos describen con lujo de detalles, inmoralidades, crímenes y otras publicaciones que embotan la vida psíquica de nuestros jóvenes, que son el futuro de la sociedad misma.

En tiempo de guerra los gobiernos asumen la facultad de censurar todas las comunicaciones que puedan perjudicar o afectar de cualquier manera el esfuerzo bélico. Los inspectores de la censura examinan todos los escritos que elaboran los corresponsales de guerra.

Los gobiernos tienen la facultad de censurar las películas cinematográficas y prohíben la exhibición de toda una película o parte de ella, cuando la consideran inadecuada. La policía local pone en vigor las ordenanzas que prohíben la venta de libros y revistas que se consideren reprobables. Le interesa a la censura si la obra se destina a personas adultas o a jóvenes adolescentes, pues en el segundo de los casos, debe tenerse un especial cuidado en la selección. Aunque todo esto es lo ideal, bien es sabido de todos que en nuestras calles nos encontramos con revistas leídas por adolescentes que dejan mucho que desear en relación con los puntos que hemos analizado.

BIBLIOGRAFIA

Espasa Calpe, Madrid — Enciclopedia Universal ilustrada Europeo Americana. Tomo 15.

Fromm, Erich. El Miedo a la Libertad — Editorial Paidós. Argentina. 1963.

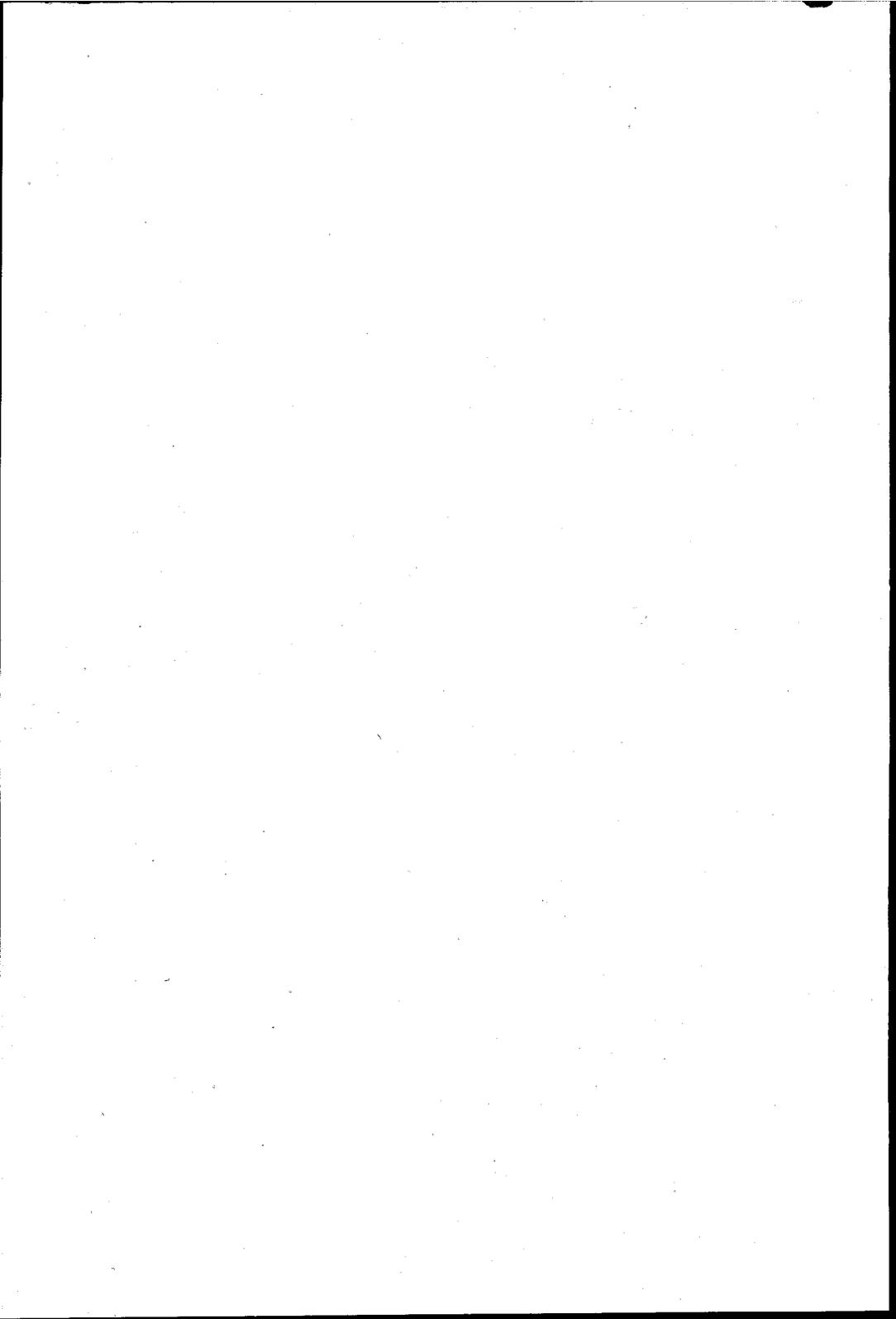
Kinder, James S. — Audio Visual — Material and Techniques. 2nd. Edition. Americana Book Company, New York, N. Y.

Linton, Ralph — Estudio del Hombre. 6a. Edición. Fondo de Cultura — Económica. México. 1963.

Talmo, J. L. — Los orígenes de la democracia. Traducción del Inglés por Manuel Cardenal Iracheta, Editorial Aguilar, Madrid 1956.—Título en Inglés The Origins of Totalitarian Democracy.

UNESCO — Los Medios de información en América Latina: Factor de desarrollo económico y social. S/F.

UTEHA. Enciclopedia Cultural. Tomo 5.



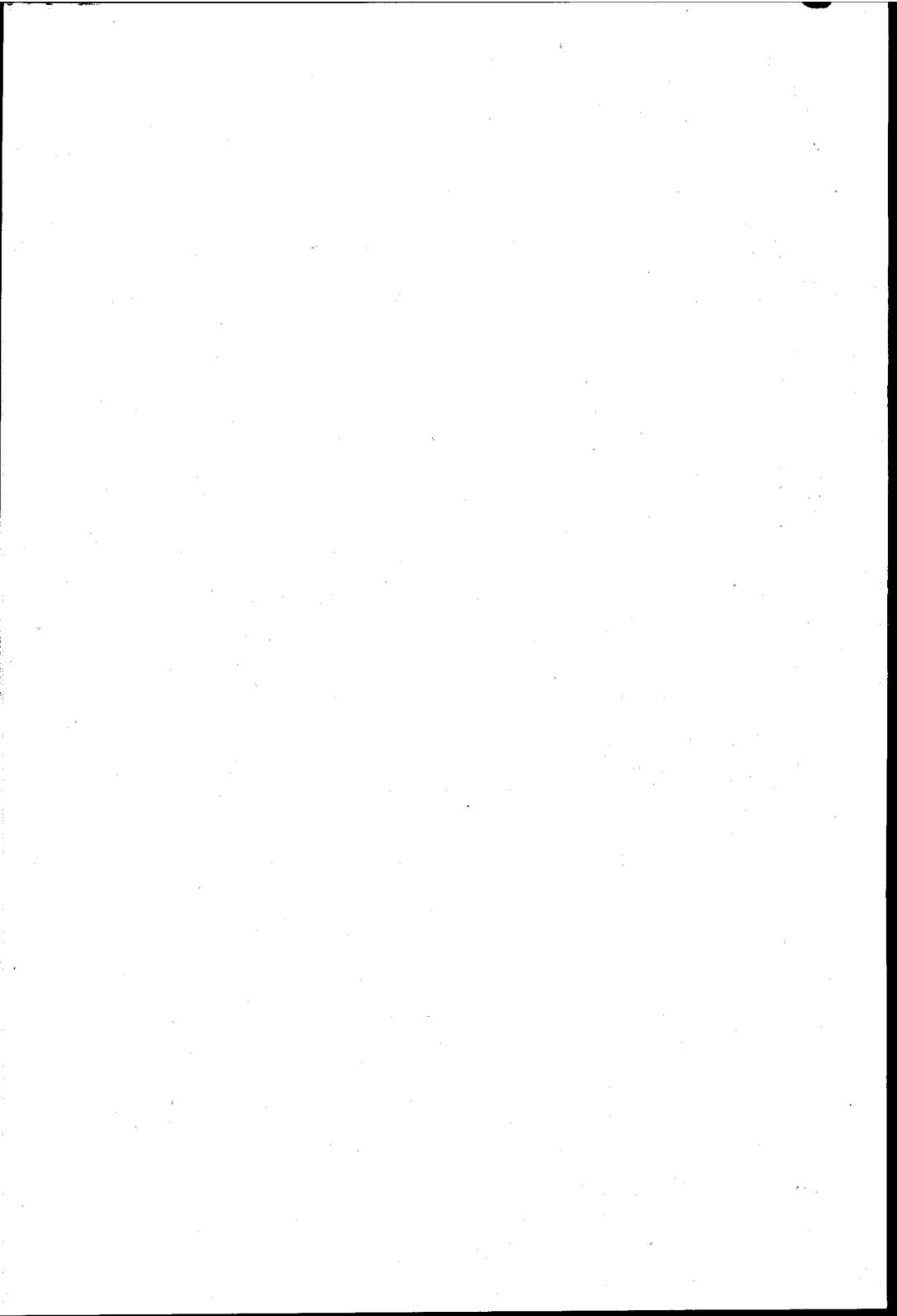
CERTO GOLPE A UNA BANDA DE PEQUEÑOS ENMASCARADOS.

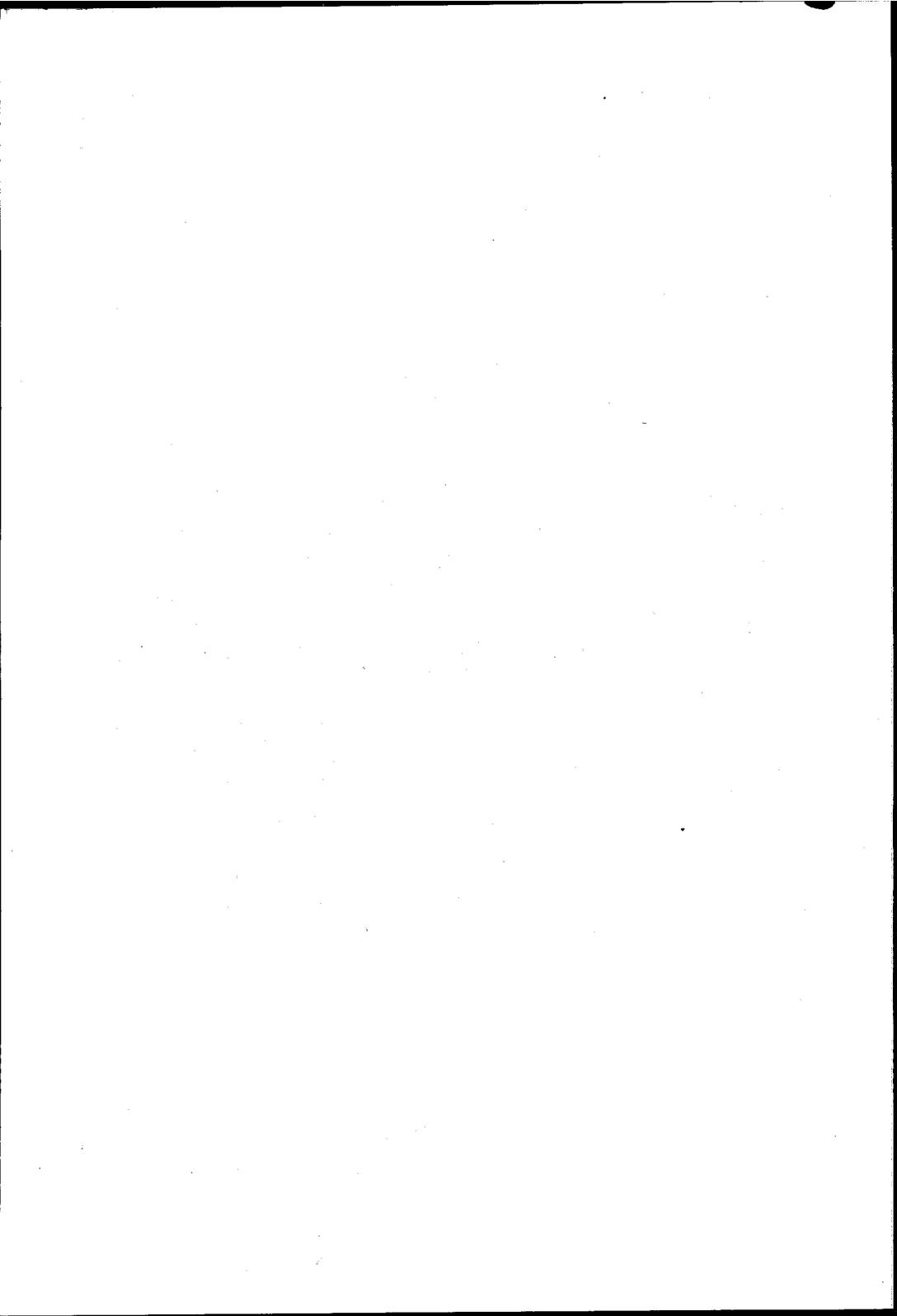
Tomado del Diario "La Prensa".

MAL COMIENZO



Miguel Rojas Mora, de trece años de edad; Miguel Gutiérrez Carvajal, de catorce, y Clemente Cano Cuéllar, también de catorce años, posaron para la cámara de Francisco Picco, con los rostros cubiertos con máscaras copiadas de las que usan ciertos luchadores sensacionalistas. En las páginas centrales podrá leer usted la historia de estos chiquillos, envueltos en la vorágine de la delincuencia cuando aún deberían de pensar en juguetes o en libros escolares. Por lo pronto, se encuentran presos.

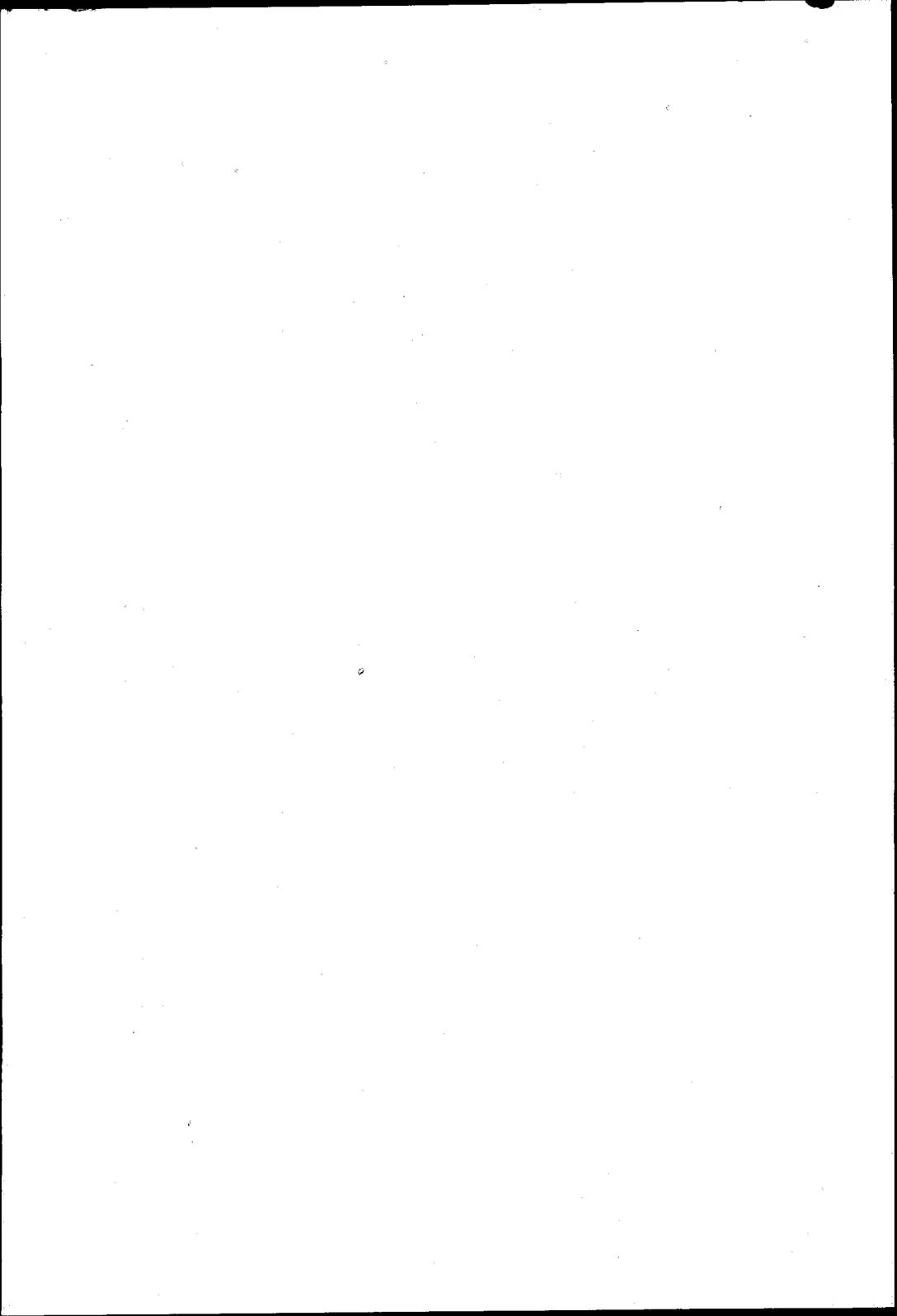




CAPITULO III

EL CINE

- 1.—Cine como fenómeno social.
- 2.—Efecto psicológico del cine en el adolescente.
 - A) Educación cinematográfica.
 - B) Orientación y contenido ideológico de la película.
 - C) La educación por medio del cine.





Dos diferentes expresiones de rostros de adolescentes en un espectáculo cinematográfico.

"Los medios de ilustración no deben amontonarse en las nubes, sino bajar a humedecer todos los campos.

La luz que aprovecha más a una nación no es la que se concentra, sino la que se difunde".

Don Cecilio Acosta.

CAPITULO III

CINE

A principio de nuestro siglo es cuando el cine tiene sus primeras exhibiciones y es ya conocido que, entre los medios de difusión tiene una gran importancia para el intercambio y el entendimiento universal.

El cine tuvo su origen en un juguete y se deriva del arte de la fotografía. El cine, con Griffith, adquiere la categoría de arte, la actuación de los intérpretes, la calidad de la fotografía, el gran contenido humano, la realidad de los sentimientos, la música armónica, hacen del cine la combinación de todas las artes.

El cine como fenómeno social.

"El cine sonoro disminuye el sentido universal de este arte; la palabra limita el radio de difusión de la imagen, no solo por las restricciones naturales del idioma, sino también por impregnarlas de un matiz psicológico que solo puede ser debidamente interpretado por público que está compenetrado con los mismos sentimientos" (10).

El cine es una importante institución de nuestra sociedad. Es un rasgo específico de la vida moderna que consiste en el manejo de los individuos por medio de la comunicación con las masas. La película cinematográfica maneja emociones y valores y acrecienta ciertas necesidades emotivas, las cuales sólo pueden ser satisfechas por medio de más cintas cinematográficas.

(10) Citado por la Enciclopedia Cultural UTEHA en el tomo 5, páginas 7 a 18.

En nuestro siglo, época de conflictos y cambios, la cinematografía y otras comunicaciones con las masas acentúan y refuerzan determinadas categorías de valores más que otras e introduce modelos de relaciones humanas a través de la acentuación de atractivos, estrellas y astros de la pantalla y muestran la vida en forma verdadera o falsa, de tal modo que trasciende la experiencia cotidiana del individuo en su medio.

El cine ha tenido mucha importancia desde el punto de vista social, después de las dos guerras mundiales que azotaron a la humanidad. Cuando un país poderoso quiere adueñarse de otro y sin llegar a usar las armas emprende una campaña de amenazas, propagandas falsas y noticias, empieza lo que constituye y se llama una guerra fría.

De los años 1914 al 1918, época de la primera guerra, se empiezan a construir salas de cine y a hacer películas, lo cual produce ayuda económica; pero lo que verdaderamente va a desarrollar la prosperidad del cine, son los estímulos. Por el cine se nos van a despertar los deseos de viajar, de tener un automóvil, un hogar mejor que nos hará felices. En estos mismos años, nace un producto de la época: la "estrella" (hombre, mujer, animal) que tiene su nacimiento en el cine y que va a influir en los jóvenes de la época. En este tiempo, en el que los niños debían obediencia ciega a sus padres, sucede un fenómeno con el estallido de la guerra y entonces los niños no pueden interrogarlos; es entonces cuando el cine les explica todo. En esta misma época surgen las que se les llamó "madrinas de guerra"; el cine francés contribuyó mucho en este aspecto, las madrinas comenzaron a madurar y a saber, y comprender que el hombre tenía penas. El cine era un mundo que había permanecido oculto. Bastaría una brevísima ojeada al panorama cinematográfico para justificar nuestro análisis.

1916.—Griffith realiza la cinta "La intolerancia" y al llegar la Primera Guerra Mundial, el cine europeo sufría quebrantos, situación que aprovecha el cine americano para su prosperidad.

La primera Guerra Mundial no tuvo la violencia de la Segunda, el bombardeo se realizaba en el campo, de ahí que se siguieran produciendo diferentes actividades artísticas.

1917.—Los Estados Unidos toman parte en la guerra y es a partir de entonces cuando realizan un despliegue por el cine (especialmente en los noticieros). El dinero y los líderes ganaron la guerra, los jóvenes adolescentes de aquella época quedaron convencidos de que con el dinero se obtenía todo en la vida.

En este mismo año (1917) se produce la revolución rusa, que dio como resultado el exterminio de toda una clase social y sucede otro hecho: la invención del sonido; es entonces cuando en Rusia se comenzaron a producir películas para la comunicación de sus ideas.

El cine hasta entonces había sido un idioma universal, pues bastaba con variar el título de la película para que ésta perteneciera al país donde se efectuaba la proyección, no sucediendo así con el advenimiento de las cintas sonoras, por cuyo motivo nació el deseo de que cada país hiciera cine con características propias y por ende, con su propio matiz psicológico.

1918.—Las pantallas de América Latina eran de los americanos, en Europa también fue recibido con gran simpatía.

En México también había un movimiento, tal como "el automóvil gris"; pero todavía no se podía captar la importancia, los adultos lo atacaban, no sucediendo así con los jóvenes, que sí le concedían realismo.

El cine Norteamericano destruye el tabú de acercamiento entre el hombre y la mujer, en ese entonces se les decía a los niños "Las niñas no juegan con los niños". Además, enseña la mentira y la utilización de la geografía del terreno. El cine sitúa a la joven fuera del hogar, la viste con traje de baño y la enseña a jugar con los muchachos. Enseña a besar y las diferentes formas de acariciar, que hasta entonces estaban reprimidas, su propaganda a través del cine se intensifica y entonces los gobiernos se percatan de la importancia del cine para el sentimiento patriótico.

En 1918 también la palabra "doblar" se internacionaliza, y se establece en Estados Unidos la "ley seca" que resultó significativa para los demás países, pues trajo como consecuencia las películas gangsteriles (sentimiento universal contra la autoridad), primero contra los padres y después contra la autoridad. Después a esto contribuyó el nuevo escenario de mujeres guapas de lujoso vestir.

El cine pinta toda la vida desatada de la época, los jóvenes de entonces habían cortado sus relaciones con sus padres y además consideraban mucho más fácil burlar la ley en su afán de búsqueda. El cine producía en grandes cantidades gangsteres, así que los norteamericanos empezaron a regar por todas partes del mundo dólares, mujeres, lujo y cowboys.

Los artistas y los técnicos ganaban sueldos exorbitantes, toda esta situación creó en la mente de los individuos la idea de que el día de mañana serían millonarios.

1920.—En Estados Unidos, cuando una novela se vende por millones, se compran sus derechos de adaptación cinematográfica al autor. La más popular de la época fue la novela de Margaret Mitchell denominada "Lo que el viento se llevó". Esta novela se desarrollaba durante la guerra de secesión, que trataba el problema de los señores feudales contra los esclavos negros.

El Story Department, es una gran firma hollywoodense que compra sin discriminación toda clase de obras desde los más grandes escritores hasta los peores: novelas, folletos, tiras ilustradas y revistas policíacas, y así mantiene su estricto monopolio.

1922.—El fascista Benito Mussolini sube al poder en Italia y utiliza el cine para su propaganda. Alemania descubre el valor del micrófono para someter a la masa. Hitler lo utiliza y dice que Alemania acabará con el comunismo.

1925.—La autoridad de los padres es casi nula y los jóvenes de la época se casan sin su permiso y eligen profesión sin su autorización.

Después de tanto auge, los Estados Unidos caen en una crisis económica, situación que aprovecha la Unión Soviética para realizar películas comunicando los métodos que en ese país se estaban poniendo en práctica.

Toda esta situación crea un campo propicio para agravar los disgustos conyugales y conduce al divorcio para esta época las doctrinas comunistas y leninistas se hacen conocidas.

1936.—Ocurre la guerra civil en España, Estados Unidos contempla aparentemente la situación y entonces Franklin D. Roosevelt crea nuevo sistema, lo que nuevamente vuelve a contribuir el cine y conquista la confianza de su gobierno.

En Argentina, Perón limita el cine; en el resto de América Latina la clase media goza de prosperidad.

1937 a 1939.—Hitler utiliza este recurso con gran éxito, para hacer que los individuos asimilen su pensamiento que se distingue por una ideología racista; para él, marxismo y plutocracia internacionales eran producto de los judíos; con este aspecto parecido se presenta la guerra tría de los años posteriores de la Segunda Guerra Mundial.

En ciertos casos, sin embargo, los financieros de Wall Street autorizan un esfuerzo "desinteresado". En 1948 con la película "La cortina de Hierro", la Fox inicia un film antirrojo, destinado a servir a la guerra fría. Al mismo tiempo, esta propaganda se desplegó confusamente en la prensa, la radio, la televisión, etc. Esta película, sin ninguna calidad artística, provocó en América y en el extranjero vivas protestas y no tuvo éxito comercial. Su fracaso no impidió a Hollywood producir durante siete u ocho años numerosos films antirrojos con el mismo resultado negativo". (11).

De 1939 a 1945 sucede la Segunda Guerra Mundial, donde se utilizan dibujos animados en blanco y negro y en colores, para adiestrar a los soldados en cuestiones diversas y especialmente para la explicación de operaciones de guerra.

1949.—China es otro país que adopta el sistema socialista y empieza a desarrollarse; mientras tanto Estados Unidos establece lo que ha dado en llamar guerra fría con Rusia,, y estalla una bomba volviendo entonces la nueva inventiva de contratar todos los medios de difusión.

1950.—Nace otro medio de difusión, la televisión, en cuyo espectáculo las estrellas ejercen una autoridad emocional. Se inventa el Festival Cinematográfico que por primera vez se desarrolla en Venecia como una necesidad para aminorar las tensiones sociales.

1955.—En esta época todo aquel que dijera algo a favor de la paz, se le consideraba comunista. Se necesitaba un nuevo esfuerzo para lograr nuevos valores y el cine era el único que podía comunicarlos.

Nuestro siglo ha sufrido con el fenómeno de los totalitarismos. Terminada la Segunda Guerra Mundial, entramos al angustioso período de la guerra fría, donde el mundo ha sufrido los rigores psicológicos de las grandes potencias, agregándose a esto los experimentos nucleares.

1958.—Surge la revolución cubana y ya en América Latina se pone en crisis la teoría del capitalismo sobre la geografía. Por añadidura, la baja literatura comercial nos invade, más intensamente con personajes imaginarios, producto de dibujantes, y de esta manera Hollywood encumbra a una serie de películas tales como las de Tarzán, como el hombre de la selva; Supermán, el hombre de la era atómica; Popeye, que se origina de la publicidad de una fábrica de espinacas en conserva; Douglas Fairbanks nace de la invención, el Ratón Mickey y el Fato Donald, el Zorro, el bandido caballero, etc.

(11) Citado por Sadoul G. en "Las maravillas del cine", Pág. 89, 90.

Los dibujos animados popularizan a estas estrellas, también las tiras cómicas inventadas por Walt Disney, uno de los comerciantes más sagaces que posee Hollywood, explotando todo lo que ha encontrado en este género y múltiples formas, sus imágenes cobran muchos millones al año.

A través de toda esta historia social, podemos apreciar cómo la prensa fílmica plantea muchos problemas. Algunos expertos en la materia afirman que "disminuirían considerablemente los delitos de no existir el cine". Es comprensible que una película vista por sujetos deprimidos o mal adaptados a su ambiente social, puede llevar de una manera indirecta a que el individuo con cierta predisposición cometa actos anti-sociales o que oiga determinada doctrina política o religiosa en una forma irracional y sin la posibilidad de reaccionar a ella ni física ni psicológicamente.

EFECTO PSICOLOGICO DEL CINE EN EL ADOLESCENTE.

Es muy probable que el adolescente concurra al cine porque el cine le proporcione satisfacción, sustituto del deseo que la vida no permite la satisfacción, y de esa manera el cine constituye para él un mecanismo de escape, o se utilice el mecanismo de la identificación que nos ayude a obtener satisfacción substitutiva en la fantasía.

La preferencia de los adolescentes por las películas se modifica con la edad. A medida que avanza la edad, se nota la preferencia por los romances. Los actores presentan en el cine los mismos problemas y penalidades que el hombre en su medio, en la pantalla encontramos lo que deseamos, y el adolescente aprecia la historia y la acción identificándolo con el héroe o cualquier personaje deseable de la historia. El autor de la obra, propicia la identificación para poder reducir las tensiones o producirlas psicológicamente. Un final feliz es normalmente deseable, sólo los que tienen gratificación suficiente por necesidades estéticas, pueden quedar satisfechos con una conclusión trágica. En los primeros años de la adolescencia las películas de misterio tienen mayor interés y al final hay un aumento de interés por el amor y el melodrama.

Según el sexo hay diferencias en la elección de la película. Las adolescentes prefieren los temas románticos, trágicos y sociales, mientras que a los adolescentes les atraen más las aventuras, misterios y pistoleros, guerras históricas, vaqueros, etc.

Podríamos agrupar el móvil psicológico que hace que los adolescentes seleccionen sus películas y de los cuales podríamos citar los siguientes:

- 1o. Velocidad.
- 2o. Excitación.
- 3o. Suspenso.
- 4o. El atractivo de la estrella al héroe.

La elección de la película ofrece a los adolescentes infinidad de oportunidades para la identificación.

Elizabeth B. Hurlock (12) nos dice: "Lo que un individuo "saca" de las películas, depende de sus antecedentes y sus necesidades. El sujeto

(12) Fearing, 1947, citado por Elizabeth B. Hurlock, Psicología de la adolescencia, Editorial Paidós, página 298.

toma de la cinta lo que le resulta utilizable o lo que puede obrar en su vida. Dentro de esto existe una gama completa que va desde la delincuencia juvenil hasta el estilo de peinado de una mujer. Cuanto recuerda y que recuerda de una película un individuo, también es importante para determinar el grado de influencia que ejerce sobre él".

Los adolescentes incorporan a su conducta lo que observan en la película, por ejemplo:

Modas: El cine constituye una fuente de información sobre el arreglo personal y estilo de vestir y de peinar que se lleva en el momento.

La vida social: La película nos sitúa en un lugar y ambiente determinado en una sociedad dada, y nos pinta atractivo y los adolescentes toman modelos de esa vida social.

Los adolescentes imitan las técnicas amorosas, besos, caricias y empleo de los ojos, etc.

Reacciones emocionales: El adolescente experimenta terror y angustia, en un grado menor que el niño. En algunos de estos jóvenes las escenas sentimentales fuertes producen llanto, esto puede presentarse con más frecuencia en la adolescente. Las escenas de amor erótico, logran su máximo efecto entre los 12 y 18 años. Es muy posible que el adolescente en sus primeras etapas, pierda mucho su autodomínio en muchas ocasiones, de sus emociones ante cualquier estímulo violento que pueda producir la cinta cinematográfica. Hacia el final de la adolescencia, el individuo logra alcanzar la madurez y así puede establecer crítica. Cuando las películas tratan con seriedad temas humanos, ejercen mayor influencia sobre la vida emocional de los adolescentes.

El cine puede hacer más intensas las normas de conducta ya pre-establecidas, la película puede tener influencia nociva, **especialmente para ciertos individuos** que tienen predisposición a taras alcohólicas, y de otra índole. **Cuando el adolescente tuvo una infancia feliz y se encuentra bien adaptado socialmente, estos efectos son mínimos.** La asistencia al cine en forma consuetudinaria, puede impedir el desarrollo de la autosuficiencia. "El adolescente se acostumbra a depender de fuentes de entretenimiento externas, en vez de depender de su propia iniciativa y esfuerzos". (13). El cine es un estímulo tan poderoso para la vida de la fantasía y especialmente erótica que cuanto el adolescente se encuentra bien adaptado, el refugio en la fantasía es momentáneo.

Algunas películas como "Fronteras Perdidas", "Sin Salida", se han investigado, obteniendo como resultado la conclusión de que ejercen influencia definitiva sobre las actitudes de los adolescentes (14). La película "Tomorrow The world", mostró a los adolescentes cosas que desconocían acerca de los nazis y su vida en el régimen; y también les dió apoyo para aceptar a los Estados Unidos".

Otra película que podemos citar para ilustrar nuestro estudio es "An-

(13) Hurlock Elizabeth B. Psicología de la adolescencia, Págs. 294, 302.

(14) Forman, 1935, citado por Elizabeth B. Hurlock, Psicología de la adolescencia, Editorial Paidós, página 298.

(15) Weise y Cole, 1946, citado por Elizabeth B. Hurlock, Psicología de la adolescencia página 300.

tes del Diluvio" de Andrés Cayette, la que no muestra con bastante realismo las consecuencias que trajo la propaganda de la guerra desarrollada en los días de la guerra de Corea en la mente de nuestros jóvenes.

La cinta cinematográfica pinta a los individuos en forma estereotipada y esto puede motivar actitudes favorables o desfavorables hacia grupos religiosos o raciales. Bauchar dice "que es verdad que el cine contribuye a crear en el espíritu del muchacho un mundo artificial que lo puede conducir al delito".

Creo que es necesario no dejar a la desventura el porvenir de nuestros adolescentes al entregarles un cine sin selección, porque ellos ven el cine como una sucesión de imágenes breves y sobre ellas suelen edificar un mundo de fantasía y de sueños sobre lo que la pantalla le sugiere.

En el aspecto positivo del cine que lo tiene, hay que hacer hincapié en que le proporciona al adolescente un horizonte, amplio, desde todo punto de vista social, científico, etc. La adquisición de conocimientos sobre otros hombres que habitan nuestro planeta, costumbres, religión, historia, etc. El cine ayuda a la formación de una ciencia mundial a interesarse por los problemas sociales, políticos, nacionales e internacionales.

Educación cinematográfica.

Las corrientes cinematográficas que invaden nuestras pantallas son:

El cine norteamericano que le canta un himno al dinero y que se caracteriza por lo siguiente:

1.—Netamente mercantilista.

2.—No señala las miserias y los problemas de los hombres se resuelven con un final feliz.

3.—Es extraordinariamente dinámico.

El cine de la Unión Soviética canta un himno a su sistema, cuyo principal objetivo es la propaganda.

1.—Presenta contenido social; pero acomodado a su sistema.

El cine europeo presenta las siguientes características:

1.—Más lento.

2.—Profundo.

Todas estas corrientes influyen desde el momento mismo que el niño comienza a asistir al cine. Los padres y maestros debieran ayudar a los niños a la interpretación correcta de la imagen. La profesora Greiner opina que el debate es lo más adecuado, ella también ha comprobado que a los niños les gusta fabricar juguetes de cine, radio y televisión, y también que si se les pregunta son capaces de expresar su opinión sobre lo que han visto, aunque con frecuencia ven películas para adultos. También nos dice que es muy fácil llevar al niño a la reflexión respecto a las películas, lo que permite aclarar muchas confusiones e ideas falsas, y opina que casi todos los jóvenes a esta edad son coleccionistas apasionados y les gusta tener información de periódicos y revistas sobre cine, por lo cual considera conveniente guiar a estos jóvenes organizando por ejemplo, una clase de una hora a la semana, con el fin de orientar la información que tengan sobre las películas de los cines de su colonia

y de este modo debatir y criticar para ayudarlos a escogerlas con discernimiento. Asimismo, es de opinión de esta investigadora, que en los grados superiores, para que los jóvenes se inmunicen y tengan espíritu crítico frente al espectáculo cinematográfico, es necesario la preparación de profesores que tengan un amplio y concienzudo conocimiento cinematográfico y estén plenamente convencidos de las posibilidades pedagógicas que ofrece el cine; también debe saber el lugar que ocupa el cine en los medios de difusión en nuestra cultura, los inconvenientes que tiene para la sociedad poseer una técnica metodológica para la enseñanza y conducir al joven a la apreciación de la estética cinematográfica. Debe estar atento a las películas que los alumnos deseen ver y discutir. Francia y Estados Unidos tienen incluidos en sus programas de estudios la enseñanza de profesores en la materia de cinematografía.

He considerado de interés para mi estudio, presentar en la parte que corresponde a las edades de 13 a 18 años, el cuadro incluido en el libro de Educación cinematográfica de J. M. Peters 16, sobre la misma, en relación con la edad y el desarrollo intelectual de los alumnos.

La enseñanza de la cinematografía, además de contribuir a inmunizar y a formar espíritu crítico en los adolescentes, nos ayudaría a mejorar la lengua materna con la composición de guiones y argumentos, además de servirnos como un instrumento en la educación artística. Asimismo recalcaría a los alumnos los problemas morales y sociales que nos plantea el cine, ya que la técnica cinematográfica es un instrumento educativo formidable.

El Congreso de la Oficina Católica Internacional del Cine, que se reunió en junio de 1960, recomendó la educación cinematográfica y la estimulación en la medida de las posibilidades para que los alumnos produzcan películas con la dirección de sus maestros, y con el objeto de que puedan obtener espíritu crítico y los que realmente sirvan para el cine, puedan orientarse hacia buenos productores, directores, guionistas, etc. De esta manera el cine podrá contar con personal especializado y no improvisado mejorando así su calidad, adquiriendo entonces los alumnos mayor discernimiento, al aprender a no dejarse influir por la propaganda que puedan contener algunas películas y adoptando una posición crítica respecto al modo como se presentan algunos problemas sociales y políticos en el cine. Al mismo tiempo podrán valorar el cine desde el punto de vista recreativo y aprenderán el vocabulario usado en la crítica, el cual es muy necesario para poder formar y emitir conceptos y opiniones juiciosas.

El periódico El Nacional en su edición del 9 de enero de 1964, incluye el siguiente artículo, escrito por Francisco Díaz Roncero, en sus páginas 5 y 6.

"Educación por medio del cine y el dibujo". PARIS, 8 de enero (AFP).—Educar artísticamente a los niños por medio del cine y del dibujo, ha sido el objeto de las IV Reuniones Internacionales del Filme para la Juventud, celebradas en Cannes. Es un medio de llegar a los

(16) Peters J. M. I., citado en su obra la educación cinematográfica, páginas 114 a la 117.

DESARROLLO INTELECTUAL GENERAL

COMPRESION DEL LENGUAJE CINEMATOGRAFICO

Percepción y pensamiento la visión del mundo exterior se hace más subjetiva, pero si que estando orientada hacia lo concreto. Se entiende ahora las relaciones en el tiempo y las relaciones causales. Recektividad estética y facultad creadora.

El gusto estético se orienta todavía esencialmente hacia las realizaciones técnicas y las hazañas heroicas.

Gustos y espíritu crítico.

Interés por lo que la técnica puede tener de "fantástico", por las aventuras y por los países lejanos. El adolescente manifiesta sus preferencias. Fuerte egocentrismo.

Los alumnos de esta edad comprenden sin dificultad el lenguaje cinematográfico, pero no llegan todavía a la "visión activa".

La realización de películas no es para ellos más que un medio de "hacerse oír".

Los chicos y chicas de esta edad no son todavía sensibles a la belleza considerada como "valor", pero los chicos se interesan mucho en la técnica. Les gusta hacer una película en cuenta actividad colectiva.

APRECIACION ESTETICA DE LAS PELICULAS

METODOS Y POSIBILIDADES PRACTICAS

Realización de películas de los trucos cinematográficos, decorados, etc., si es posible con ayuda de fotografías, películas fijas o cinematográficas y otros medios visuales.

Estudio del trabajo del Director, del operador y de los actores, constituyéndose grupos de alumnos que formarán parte de un "tribunal", de un "jurado" para la concesión de un "Oscar" o de un "trust de cerebros", etc. La proyección de una buena película servirá de punto de partida para los debates.

El sentido crítico se desarrolla; admiración por el esfuerzo y por los hechos que salen de lo corriente; preferencia por la película de aventuras; admiración por los astros y las estrellas de la pantalla.

Coleccionar las informaciones y críticas de prensa. con objeto de formar un "rincón del cine" o un "diario cinematográfico".

Examen del contenido de películas y del comportamiento de los principales protagonistas. Trabajos de redacción sobre las películas vistas.

DESARROLLO INTELECTUAL GENERAL

Percepción y pensamiento estas cualidades están fuertemente influidas por los problemas personales, pero su estructura y capacidad son iguales que en los adultos.

Receptividad estética y facultad creadora. Gran sensibilidad para la belleza considerada como "valor"; profunda necesidad de ejercitar la propia capacidad creadora.

Gustos y espíritu crítico.

Los jóvenes de esta edad se interesan sobre todo por la vida interior propia y ajena. Por otra parte, es cada vez mayor su interés por el sexo opuesto. Sienten constantemente la necesidad de criticar, y su juicio está fuertemente influido por preferencias subjetivas ("fanáticos del cine").

APRECIACION ESTETICA DE LAS PELICULAS /LAS

Aptitud para la "visión activa"; comprensión de las posibilidades de expresión que ofrece el cine. El lenguaje cinematográfico se convierte en un instrumento de "comunicación".

Al realizar sus películas, los jóvenes de esta edad pueden dar pruebas de originalidad.

Aptitud para una verdadera experiencia estética del cine. Percepción de los verdaderos valores artísticos de una película.

La realización de una película puede convertirse en un acto consciente de expresión personal.

ASIMILACION RAZONADA DE LA PELICULA LAS

Con ayuda de películas fijas o cinematográficas estudio del encuadre, de la composición de las imágenes, del montaje, del ritmo de la película, de la iluminación, etc.

Ejercicios de "traducción" al lenguaje cinematográfico (organización eventual de un curso en la clase).

Realización de películas: búsqueda de formas originales (películas "experimentales").

Análisis estético de las películas. Comparación entre obras de varios directores.

Introducción a la historia del cine. Comparación del cine con las demás artes (por ejemplo, a propósito de la adaptación cinematográfica de una obra literaria).

Debates y ejercicios de redacción sobre los actores cinematográficos, la industria del cine, la censura, etc.

Debates sobre las ideas y la ideología de los cineastas y de sus personajes (desde el punto de vista moral, político o social), sobre el género de vida descrito en el cine sobre la manera en que se resuelve el problema planteado en una película, etc.

Los jóvenes se interesan por la vida interior de los personajes, por sus problemas y sus ideales. Se interesan también mucho por la vida de los adultos, especialmente por el amor el matrimonio y la vida social.

Deseo intenso de criticar los valores tradicionales.

jóvenes, a los niños, llevándoles el arte de una manera agradable, como una distracción. El éxito ha sido completo.

He podido hablar con algunos de los jóvenes organizadores y con varios de los expositores y he obtenido claramente la impresión de que han logrado, con esta clase de educación artística por medio del cine, resultados más elevados que los que pueden conseguirse a través de los procedimientos clásicos de las escuelas.

Los dibujos animados tales como "Automanía 2000", que había sido presentado en el Festival del Cine de Dibujos Animados en 1963, y los que están dedicados a la vida de un artista célebre, a la manera como han realizado su obra, como "La realidad de Karel Appel" (Francia), "El pintor Fritz Winter" (Alemania), "La técnica de las vidrieras artísticas" (Francia), "El juego de acero", (Alemania), "Figura de piedra" (EE.UU.), "Gherard Marks, escultor" (Alemania), como tantos y tantos otros filmes presentados a este festival, han podido dar una impresión cumplida de las diferentes técnicas, de cómo los artistas, pintores, escultores o grabadores han llegado a expresar sus concepciones del arte.

Y todo ello de una forma concreta, con comentarios de los propios artistas ya consagrados por los concededores en la materia. Yo he visto a los muchachos de diez a catorce años, seguir el filme con el mismo interés que una apasionante cinta de acción y a los de corta edad, de cuatro a ocho años, contemplar a veces boquiabiertos, esa maravilla de la creación de una obra de arte".

Orientación y contenido ideológico de la película.

Para muchos espectadores que ven una película que no exige ningún esfuerzo mental, aceptan pasivamente todo cuanto el productor quiere hacerles participar. Además, este tipo de espectador, no tiene conciencia del valor estético que hay que considerar como elemento primordial de la educación y que no sólo tiene por finalidad la formación del buen gusto, sino que ayuda al desarrollo de las facultades creadoras y además contribuye al pleno desarrollo de la personalidad. La obra de arte es un símbolo de la realidad profunda y tanto sólo a través de ella podemos penetrar. Si el espectador es bueno, puede juzgar la película desde el punto de vista técnico de belleza y significado del conjunto y sus partes. La imagen tiene un sentido propio que el espectador debe descubrir y el desarrollo de una acción se realiza mediante una serie de encadenamientos de ciertos números de situaciones y que presenta las siguientes características: lugar, tiempo y circunstancias. Es cierto que nosotros podemos clasificar las películas cuya única finalidad es la propaganda ya bien sea de tipo político o religioso o social, o de mera información; pero puede tener un cierto valor artístico aunque es difícil que la podemos considerar como una verdadera obra de arte.

El ambiente cinematográfico nos introduce a un mundo y el medio en que se desarrolla la escena, que es diferente al mundo en que vive el espectador y así facilita el mecanismo de evasión. El joven espectador de una película vive la vida de los personajes principales. Si el tema carece de importancia, aunque trate de emocionarlo, sólo logrará afectar

la periferia de su personalidad. El cine contribuye a que la gente esté más o menos satisfecha con su existencia.

Un público con cultura cinematográfica podrá realizar juicios críticos con facilidad, pero no se atenúa en absoluto la receptividad del espectador, ni tampoco disminuye el efecto que puede ejercer una buena película sobre la imaginación, ni impide tampoco experimentar emociones verdaderas, pero sí perder la facultad de reaccionar y ofuscarse por sus reacciones afectivas. Cuando el espectador no es capaz de renunciar a su libertad ni a sus personalidad, la experiencia cinematográfica adquiere para él mucho valor.

Un análisis de los argumentos y de sus valores, pueden darnos la idea de cómo el cine forma a nuestra comunidad, ya que le transmite al espectador los elementos e ideas. El valor afectivo de un acontecimiento se expresa en el cine mediante símbolos que van dirigidos a la imaginación creadora del espectador.

BIBLIOGRAFIA

- Guilford, J.P.—Psicología General. 2a. Edición Editorial, Diana, S. A. México 1962.
- Hurlock, Elizabeth B.—Psicología de la Adolescencia, Editorial Paidós. Primera Edición 1961. Argentina.
- Peters, J.M.I.—La educación cinematográfica—UNESCO.—1961. París.
- Sadoul, G.—Las Maravillas del Cine.—Breviario No. 29.—Fondo de Cultura Económica, México. 1960.
- Sadoul, G.—Vida de Chaplin.—Breviario No. 109.—Fondo de Cultura Económica. Primera Edición Español, México, 1955.
- Powder, Maker, Hortense.—Hollywood. El mundo del cine visto por una antropóloga.—Fondo de Cultura Económica.—Primera Edición, México, 1955.
- UTEHA. Enciclopedia Cultural. Tomo No. 5.
- UNESCO.—Sombras Mágicas.—Nacimiento del Cine.—Tomo No. 1, Año VIII.
- Los suplementos y las actitudes negativas hacia grupos sociales. Trabajo realizado por alumnos del 3er. año de Psicología de la Universidad Central de Venezuela —Facultad de Humanidades y Educación, Escuela de Psicología— Años de 1960-1961.



MAGAZINE DE POLICIA
Director: DEMETRIO MEDINA E.
COMPLETAMENTE AJENO A LOS CUERPOS DE SEGURIDAD PUBLICA
SEÑALAR LAS LACRAS DE LA SOCIEDAD ES SERVIRLA
LU...
80 cent.



Estos jóvenes adolescentes manejan perfectamente la pistola y la cadena y con la fotografía la prensa contribuye a hacerlos héroes.





La pantalla del televisor ofrece muchos aspectos disociadores, volviendo negativo el saldo de este medio de difusión que tiene una extraordinaria virtud: Congregar en el hogar a todos los miembros de la familia.



CAPITULO IV

LA TELEVISION

1.—La televisión.

A) Efecto psicológico de la televisión en nuestra sociedad.

B) Efectos psicológicos de la televisión en la vida familiar.

2.—Efecto psicológico de la televisión en los adolescentes.

A) Reacciones frente a conflictos, crímenes y violencias en televisión.

B) Opiniones de algunos investigadores.



"La televisión se nos presenta como un extraordinario medio de difusión, pero todavía no hay nada en ella que nos permita descubrir medios de expresión desconocidos hasta ahora".

René Clair.

CAPITULO IV

LA TELEVISION

La televisión, como cualquier otro medio de difusión, nos ayuda a la formación de la opinión pública y además nos permite la elaboración de leyendas y mitos modernos que nos llevan a la acción; pero este medio de difusión tiene una ventaja sobre el cine y es el hecho de que cómodamente, en nuestra casa, podemos contemplar el programa televisado cuanto tiempo dispongamos para ello.

Una de las grandes aportaciones de este espectáculo, es su intermediaticidad que nos ofrece y saber el instante mismo que se presenta el hecho de modo directo, dándonos cuenta de la capacidad de absorción de la pantalla televisada que no es comparable con los demás medios masivos, puesto que la televisión es absorbente; los programas no se pueden repetir, y además concentra toda nuestra atención.

La participación de los sujetos en el espectáculo televisado, es diferente a la participación del teatro o la radio, aunque el atractivo que puede proporcionar un espectáculo en televisión depende mucho del nivel económico y de la clase de educación de los sujetos espectadores.

Efecto psicológico de la televisión en nuestra sociedad.

La televisión al igual que el cine, nos presenta los problemas que satisfacen las necesidades psicológicas y sociales que corresponde a la sociedad de la clase media en general. El mundo del drama que nos ofrece la pantalla televisada, tiende a ser algo que corresponde a nuestra sociedad y principalmente a la urbana. Se realizan todas las ocupaciones de los sujetos pertenecientes a dicho nivel social, mientras que los trabajos manuales, artesanales, etc. lo presentan con poco atractivo.

El sentido común es el que nos indica que los programas televisados son para toda clase de personas y de todas edades, y que la mayoría

de los programas coinciden con las costumbres y los patrones culturales vigentes en nuestra sociedad contemporánea; en cuanto a la agresividad de los personajes femeninos, el galante, besos y caricias exhibidas y la presentación de la relación de los padres e hijos. Los programas telefílmicos reflejan en gran parte las tendencias de nuestra sociedad contemporánea. Las emociones, la información objetiva, las opiniones, las actitudes y las emociones, no parecen una tarea muy compleja.

Los programas de televisión nos presentan y enseñan un tipo de imagen que nos demuestra, sin hacer mucho esfuerzo por parte de los sujetos espectadores, que para lograr el éxito y la confianza en sí mismo, la bondad y la virtud no son suficientes y que hay que recurrir a otros mecanismos negativos para su logro. Además, nos dice que la vida es extremadamente difícil y muy en especial para las mujeres; que el matrimonio es un fracaso y la relación de los padres con sus hijos es conflictiva, rara vez la pantalla telefílmica nos presenta un programa donde se desarrollen los sucesos satisfactoriamente o lleve al sujeto a la reflexión y muy pocas veces la virtud le proporciona felicidad. Parece ser que la violencia es una parte inevitable de la vida y que es necesario recurrir a ella con frecuencia.

Los programas de televisión, como entretenimiento, producen cambios en los sujetos, en las perspectivas de sus valores, aunque el programa no se haya propuesto ejercer tal influencia. Si en la televisión los valores o teorías se repiten de un programa a otro, los valores presentados en forma dramática producen una reacción emocional y un impacto acumulativo.

Por lo que respecta a la contemplación, es importante tomar en cuenta la cantidad de horas que el sujeto dedica a la observación del espectáculo televisado; asimismo otro factor de importancia es la inteligencia en general.

Otro factor psicológico importante es la **posesión emocional** y a esto debe su poder sobre los sujetos. El radio de acción de la influencia comercial es amplio por ser un aparato que forma parte de la vida hogareña que ejerce un poder en muchas direcciones y el papel substancial y significativo en la vida del niño y del joven adolescente. Hace 15 o 20 generaciones atrás, el niño llegaba a la escuela o al jardín de niños, con la influencia y la enseñanza que le había proporcionado el hogar y muy especialmente la madre. Hoy en día el niño ingresa al jardín de niños o al kinder impregnado por la influencia que le ha proporcionado la televisión. La educación en este medio puede ser buena o mala; pero el caso es que el niño llega con un elemento que los niños de las generaciones anteriores no poseían. Esto puede ser controlado por medio del desarrollo de desprendimiento emocional que reflejan en gran parte los símbolos intelectuales de nuestra época nos ayudan a interpretarlo y ejercen cierta influencia sobre nuestras actitudes, valores y conducta. Los programas telefílmicos reflejan las pautas de conducta de una sociedad dada, también reflejan nuestro individualismo y el sistema económico establecido en nuestra sociedad y los puntos de vista de tipo político. La representación acumulativa de temas puede dejar una impresión perdurable sobre opiniones y valores éticos, sociales, religiosos, etc., y en el caso específico del joven que se identifica con la

violencia de las películas del oeste televisadas o la forma particular de agresión.

Al igual que el cine la televisión proporciona, al niño, al adolescente y al adulto, un mundo de fantasía dentro del cual el sujeto puede momentáneamente escapar de la realidad, es un canal de desagüe para muchos de nuestros impulsos insatisfechos. La combinación de la imagen con el sonido, producen reacciones afectivas en los individuos y también sobre sus ideas, actitudes y valores, reacciones que serán matizadas por nuestro fondo perceptivo.

Efecto psicológico de la televisión en la vida familiar.

"La televisión reúne a las familias más de lo que habitualmente se hacía antes. Asocia a estas reuniones a los amigos que no tienen aparatos o que aprovechan para conocer el de sus amistades. Ahora bien, una reunión en la que no se hace otra cosa que mirar televisión, es una reunión de miembros pasivos, que todo lo más que hacen en común, es tomar café. Los chicos y los grandes, coinciden así en el hogar más tiempo y este último gana algo con ello, incluso en su aspecto material'. También contribuye para mantener vigilados a los niños mientras observan el programa telefilmico.

La televisión posee el mismo arte dramático e impacto del cine, pero su influencia a diferencia del cine, lo ejerce en la intimidad del hogar. La televisión ha provocado cambios de apreciable consideración en las normas y actividades hogareñas, y tiene la ventaja de poner a la familia en contacto físico más íntimo; pero desde este punto de vista tiene la desventaja de imitar la interacción social.

"El Papa Pío XII, en 1954, en uno de sus discursos pronunciados señala el carácter valioso, pero peligroso de la televisión, reconociendo sus ventajas y proponiendo que su enorme influencia en la vida social y familiar sea aprovechada debidamente. Por otra parte, indica el hecho de que se trate de un medio que se destina principalmente a los núcleos familiares y exige una vigilancia bastante mayor que la que la autoridad suele tener en relación con los espectáculos, públicos. Los programas por ende, deberán ser cuidados y los padres mismos tendrán que formarse una conciencia rectora sobre sus deberes, en relación con el uso de la televisión". 17.

No es muy difícil pensar en la influencia que la televisión ejerce sobre las vidas hogareñas de todos los que viven dentro del alcance de sus transmisiones.

La televisión lleva un influjo que es la combinación de la vista y el oído, es profundo y atrayente, mejor comprendido y de más larga duración; lleva al hogar todos los elementos para participar en una contemplación y además, resulta más realista debido a la sensación que produce el ser testigo en ese mismo instante de algo que se desarrolla en esta ciudad o en otro país, resultando en ese aspecto, completamente única y apasionante.

(17) Citado en la obra "Mass Communications" por Juan Beneyto en páginas 192 y 193.

La televisión puede producir un conflicto dentro del seno familiar, respecto a la hora de dormir, la hora de tomar los alimentos y la prohibición de ciertos programas no apto para niños y adolescentes. En la mayoría de los casos existen de hecho problemas emocionales dentro de los miembros de la familia, pero la televisión los acelera. El manejo poco prudente de la televisión, por parte de los padres y las perturbaciones internas del adolescente, pueden llevar al conflicto. Este espectáculo en sí, no representa conflicto, pero sí puede precipitarlo en muchos de los casos y en algunos hogares se utiliza como castigo o recompensa.

Efecto psicológico de la televisión en el adolescente.

Uno de los aspectos más importantes de tratar, es el efecto psicológico de la televisión sobre nuestros jóvenes adolescentes. La vivida realidad de la televisión atrae a nuestros jóvenes, los distrae y los aleja de otras actividades. Los programas telefilmicos contribuyen a reducir el tiempo que el adolescente debe a sus estudios, en el hogar.

La imagen televisada es inmediata, elocuente y evidente. Los encuadres en televisión se ven apoyados por una subjetividad psicológica inmensa. Con este antecedente, podemos pensar que la televisión puede producir preocupaciones debido a los programas que presenta, añadiéndose a ésto las preocupaciones propias que se tienen durante el período adolescente, como el tener que crecer, obtener una profesión, casarse y posiblemente como reacción a las dificultades de la vida adulta que llegan a conocerse a través de la pantalla televisora, a una edad en que se necesita mucha confianza y seguridad.

La televisión puede ejercer impacto en los valores si son uniformemente presentados en forma dramática o si tratan ideas y valores para los cuales el adolescente no está emocionalmente preparado.

Las actividades recreativas del adolescente se ven afectadas por los programas de televisión, debido a que por verlos no participa menos en otras actividades como la de ver amigos como solía hacerlo anteriormente, dedicando gran parte de su tiempo a ver el espectáculo electrónico.

La televisión presenta a los telespectadores las noticias en forma constante, estimulante, por lo cual el adolescente desarrolla su interés en los períodos de relativa calma nacional o internacional. También es conveniente mencionar que el interés del sujeto adolescente dependerá de su propia adaptación social. Cuanto más éxito tiene un adolescente en sus relaciones interpersonales, no solamente con su familia, sino con otros miembros de su comunidad, tanto mayor se encontrará liberado en lo intelectual y en lo emocional.

Aunque sería difícil describir una personalidad adicta a la televisión, es posible encontrar adolescentes aficionados a la misma, que puede ser efecto de una intensa contemplación. La índole de la personalidad tiende a ser importante y en este sentido sí puede presentarse un adicto que no es exclusivo de la televisión. La inseguridad emocional y una deficiente adaptación puede impulsar a un sujeto a un exceso de consumo, no sólo de programas de televisión, sino de cualquier medio masivo a su alcance. Es muy posible encontrar a este tipo de personalidad, ya sean tímidos o retraídos, que necesitan entretenimientos preparados, siendo

por lo regular sujetos inseguros, incapaces de tomar decisiones propias; probablemente una personalidad con estas características lleve a una intensa contemplación. Al poder disponer tan fácilmente del mecanismo de evasión a través de este medio, los contactos con el mundo externo del espectador, se limitan y le exigen menos esfuerzos por parte del sujeto y por lo tanto menos posibilidades de éxito.

La televisión es menos importante para el adolescente que el cine; porque el cine responde a las necesidades sociales del adolescente. Cuando el adolescente abandona la escuela, tiene que reaccionar ante sugerencias sobre tipos de trabajos y valores sociales contenidos en muchos dramas de televisión que hasta el presente no hacían impacto en el niño. La capacidad del niño para reaccionar y percibir es limitada, mientras que el adolescente reacciona ante los problemas de relaciones interpersonales.

Parece que las adolescente son más receptivas que los varones de la misma edad al impacto de la televisión, ya que ellas se preocupan más por las relaciones humanas y parece ser que la televisión acentúa la inseguridad característica de la adolescente porque tiende a presentar a los personajes femeninos, desdichados, y con una serie de problemas que son incapaces de superarlos.

El efecto benéfico de la televisión sobre el rendimiento escolar, es pequeño, pero varía según el tipo, indiscutiblemente que el adolescente puede aprender de la televisión; pero la contemplación le lleva tiempo, mismo que podría dedicar a la lectura o a cualquiera otra fuente de información. Parece ser que el grado de necesidad de contemplación depende del relativo vacío de la vida del niño o del adolescente antes de tenerla y después de sus necesidades emocionales. Hay sujetos en los cuales la televisión ocupa el lugar central en sus vidas. La televisión, como el cine, contribuye a que los adolescentes imiten con frecuencia la apariencia personal de las estrellas. Cuando el adolescente es asiduo telespectador disminuye su interés por la lectura; porque en la forma que la televisión presenta los programas, el sujeto no tiene necesidad de utilizar el proceso del pensamiento, ni la lógica, ni la razón, además de que desvía su atención y su interés.

Reacciones frente a los conflictos, crímenes y violencia, en televisión.

"El diario La Prensa", en su columna periodística "Tinta Fresca" de su edición del viernes de enero de 1961, contiene un artículo titulado "La escuela contra la televisión" elaborado por Fidel Juárez Z., que dice lo siguiente:

"Cada día, en los canales de esta capital, hay un promedio de doce programas donde se canta la violencia, el terror, el misterio, el escándalo a las normas antisociales, la resolución de los problemas individuales y colectivos al margen de la ley y se exalta el salvajismo, el pandillerismo, el rock and roll y cuanto de negativo existe en la sociedad que todos anhelamos perfeccionar.

En cambio, en televisión sólo hay un programa destinado a cuestiones culturales, o científicas, ajeno a cuestiones de especulación comercial, aunque esté patrocinado por un comercio. Ni aun el canal 11, que tiene serios problemas de recepción en los aparatos comunes y

corrientes de televisión, que requieren adaptaciones especiales para recoger la señal, ha sabido colocarse a la altura de la institución que lo patrocina (el Politécnico) y lo que hace es recoger las obras comerciales de los demás canales.

Un magnate dijo periodísticamente que no espere nadie que la televisión eduque, puesto que en nuestra organización económica el moderno espectáculo es un negocio, y que el gobierno es el que debe educar pues para eso tiene escuelas. Esto quiere decir, llanamente, que hay una guerra declarada y abierta entre la escuela que educa y enseña contra la televisión que pervierte y miente.

Cuál es el porvenir de nuestros hijos, de los hijos de usted, y de los hijos de nuestros amigos? Allí está el pavoroso problema de los "rebeldes sin causa" atizado por un cinematógrafo desquiciante y por una televisión irresponsable "porque es un negocio", un medio donde nadie gana según sus dueños.

Tal vez seamos ingenuos y lo creamos: nadie gana, más ciertamente alguien pierde: el pueblo, y en el más caro de sus patrimonios: el moral. Esa es la verdad".

Efectos perjudiciales.

Se puede afirmar que los programas de crímenes y violencia aumentan la tensión y la angustia en el joven espectador que puede contribuir a la mala adaptación y al comportamiento antisocial. **Si la televisión no contribuye de una manera directa a la elaboración de un crimen, si podríamos afirmar, con cierta probabilidad de no equivocarnos, que contribuye a perfeccionar la técnica y el método a seguir para cometer un crimen, asalto o robo.** Embota la sensibilidad de los jóvenes ante el sufrimiento y les indica de una u otra forma que los conflictos se solucionan por medio de la agresión.

Opiniones de algunos investigadores sobre los efectos que producen estos programas; si son convenientes o no.

Según algunos investigadores, tales como Caccobuy, nos dice: "Que la descarga en fantasía no altera ninguna circunstancia de la vida real del niño y que, por lo tanto, no tiene ningún valor duradero" 18.

Según Kimball Young, en su libro de psicología social, nos dice: "Es creencia pública que las películas de cine, la radio y las tiras cómicas, son algo así como "causas" especiales y particulares de la delincuencia, descansa sobre la mitología popular y sobre el hábito que el hombre tiene de buscar razones simples para los fenómenos complejos. La acusación de que estos medios de comunicación de masas tienen efectos perjudiciales sobre los jóvenes, no es sino una versión moderna.

También nos dice que estos (los medios masivos de comunicación) 19), forman parte de los símbolos intelectuales y emocionales que refle-

18) Citada por Himmelweit Oppenheim Vince la televisión y el niño. Páginas 312-327.

19) Citado en la obra de Psicología Social por Kimball Young, páginas 531-598.

jan al mundo, nos ayudan a interpretarlo y sin duda ejercen cierta influencia sobre nuestras actitudes, valores y comportamientos permanentes. Pero como causas específicas de la conducta inmoral o de cualquier otro tipo de conducta, tales fantasías tenían probablemente poca importancia".

Frente a estas opiniones, colocamos los hechos:

"En el diario Excelsior", del 29 de junio del presente año, salió publicado el siguiente artículo que a continuación transcribo literalmente:

"Ahorcó a una niña, inspirado por la televisión".

JOLIET, Illinois, 29 de junio. (AP).—Kenneth Warner, escolar de 11 años de edad, dijo hoy a la policía que había estrangulado a una vecinita de cuatro años, inspirado en un programa de televisión.

Kenneth, según informó la policía, se entrenó primero con seis gatos. El muchacho fue puesto hoy bajo la custodia del jefe de la policía del Condado de Will, Joseph Trizne, en acatamiento a la orden de un juez.

El cadáver de Lynn Ann Koziowski, fue hallado ayer en un maizal cercano a una colonia nueva al sur de Joliet, dos horas después de que la niña desapareció de un campo infantil de juegos. El cadáver estaba completamente vestido y parcialmente oculto entre las matas. Se dice que el muchacho utilizó un alambre para matar a la niña.

Las autoridades revelaron que hay indicios de que el jovencito mantuvo la cabeza de la niña contra el lodo, mientras la estrangulaba.

El niño, que ayudó a localizar el cadáver de Lynn Ann, narró su crimen sin ninguna emoción y no trató de explicar por qué lo cometió, fuera de indicar que se inspiró en un programa de televisión en el que se presentaba un estrangulamiento, espectáculo que lo fascinó".

No quiero manifestar con este ejemplo que todos los modelos que presentan en televisión son malos; pero sí poco adecuados, porque si analizamos las series de cowboys y de detectives, encontramos las siguientes características:

1. Valientes.
2. Incorruptibles.
3. Eficaces.
4. Héroe admirable pero insuficiente como modelo para nuestros jóvenes.
5. Excluyen virtudes más civilizadas.
6. Poco bondadosos.
7. Las niñas no tienen personajes con quien identificarse.

El criminólogo Cluek dijo:

"Una constante influencia martilladora de un emocionante y lujurioso crimen un día y otro día, puede ejercer un efecto erosivo en la mente del niño".

Otra opinión digna de consideración es la de Shutteworth y Nay quienes nos dicen: "Las películas tienden a reforzar las pautas de conducta y tipo de actitudes ya existentes".

En resumen, no quiero decir que la televisión sea totalmente nociva y que debemos destruirla, al contrario, pienso que es un instrumento valioso para la transmisión de la cultura, y una prueba de ello es que en Francia se utiliza como entidad cultural y educativa de aldea. Los miembros de la comunidad la han adquirido colectivamente y así se

constituye en un medio de educación popular. La U.N.E.S.C.O., ha contribuido a fomentar este tipo de actividad. En gran Bretaña la T. V. ha sido nacionalizada y está preponderantemente dedicada a la difusión cultural.

BIBLIOGRAFIA

May, Renato—Cine y Televisión, Nebrija, 1956.

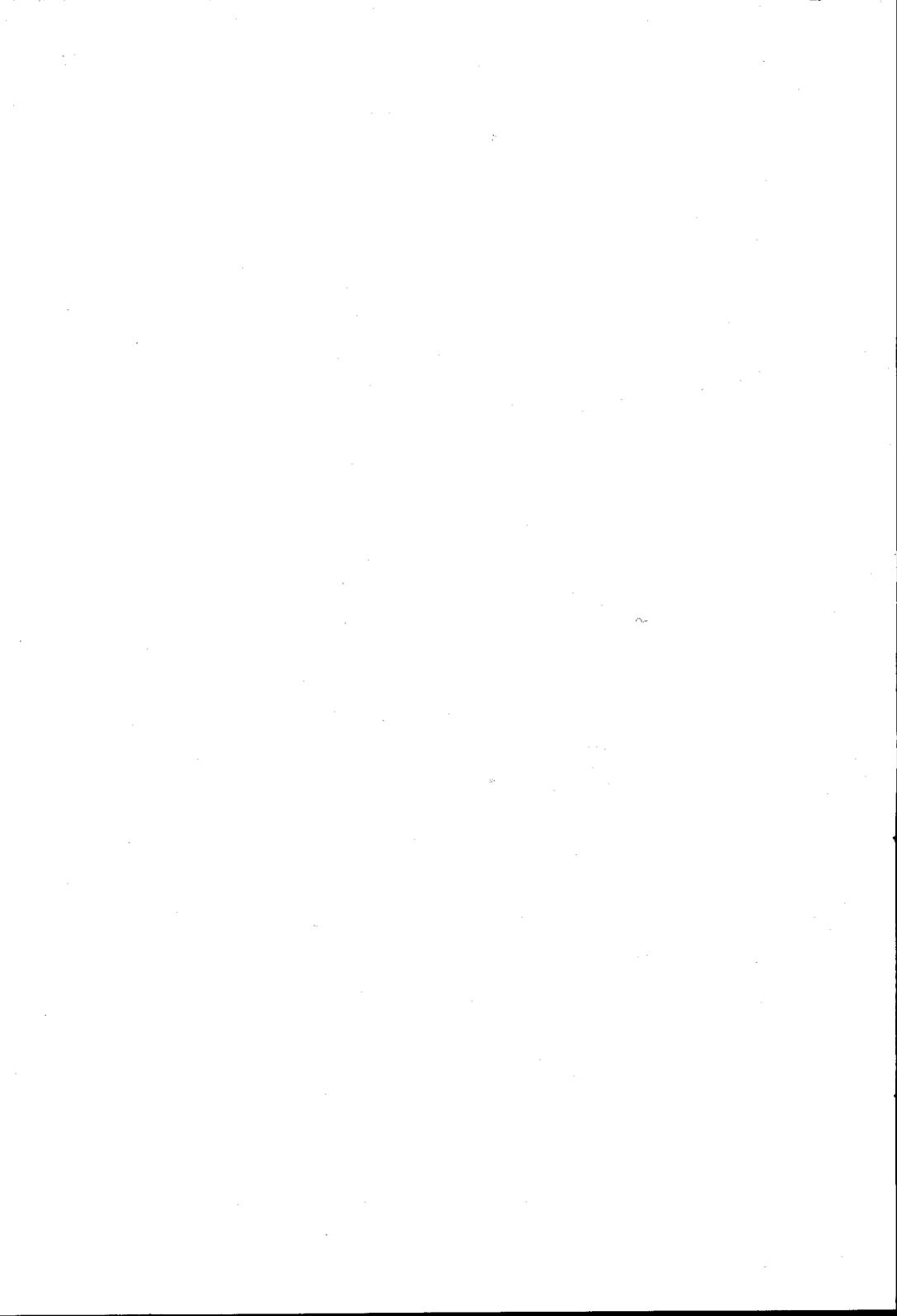
Hurlock, Elizabeth B.—Psicología de la Adolescencia. —Editorial Paidós
1a. Edición 1961.

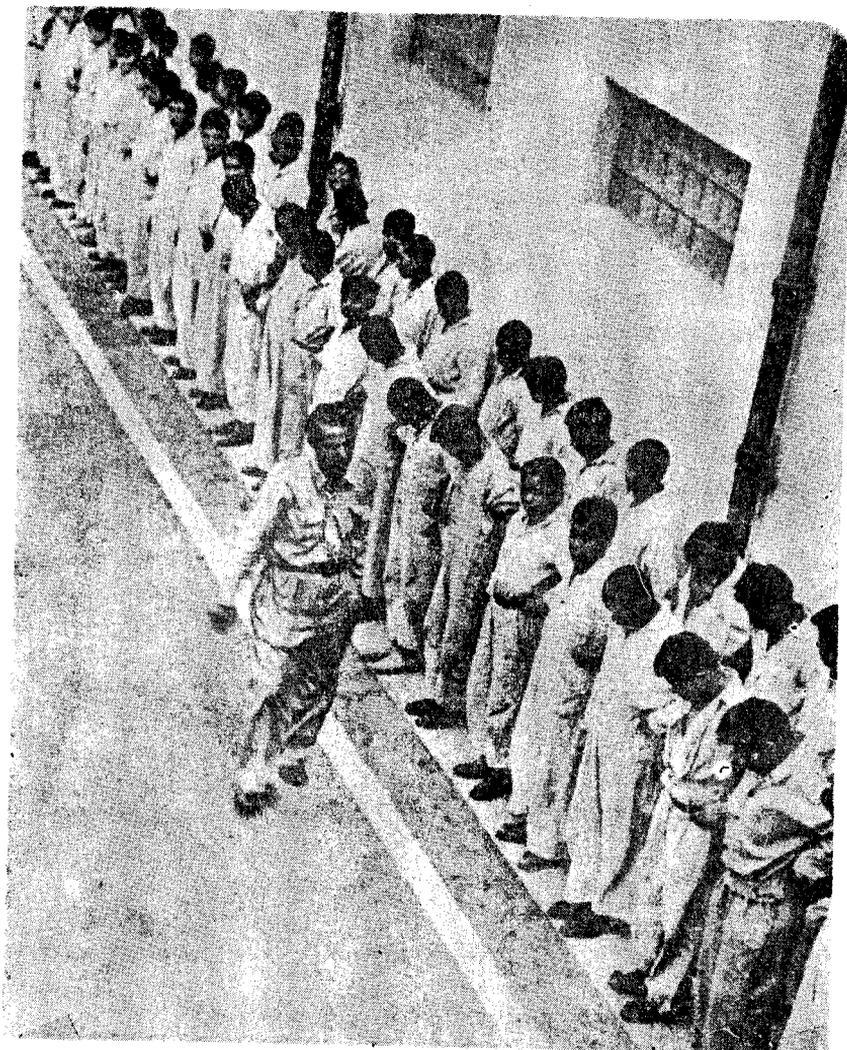
Young, Kimball—Psicología Social —Editorial Paidós, 1a. Edición. Ar-
gentina, 1963.

Beneyto Juan — Instituto de Estudios Políticos. Madrid, 1957.

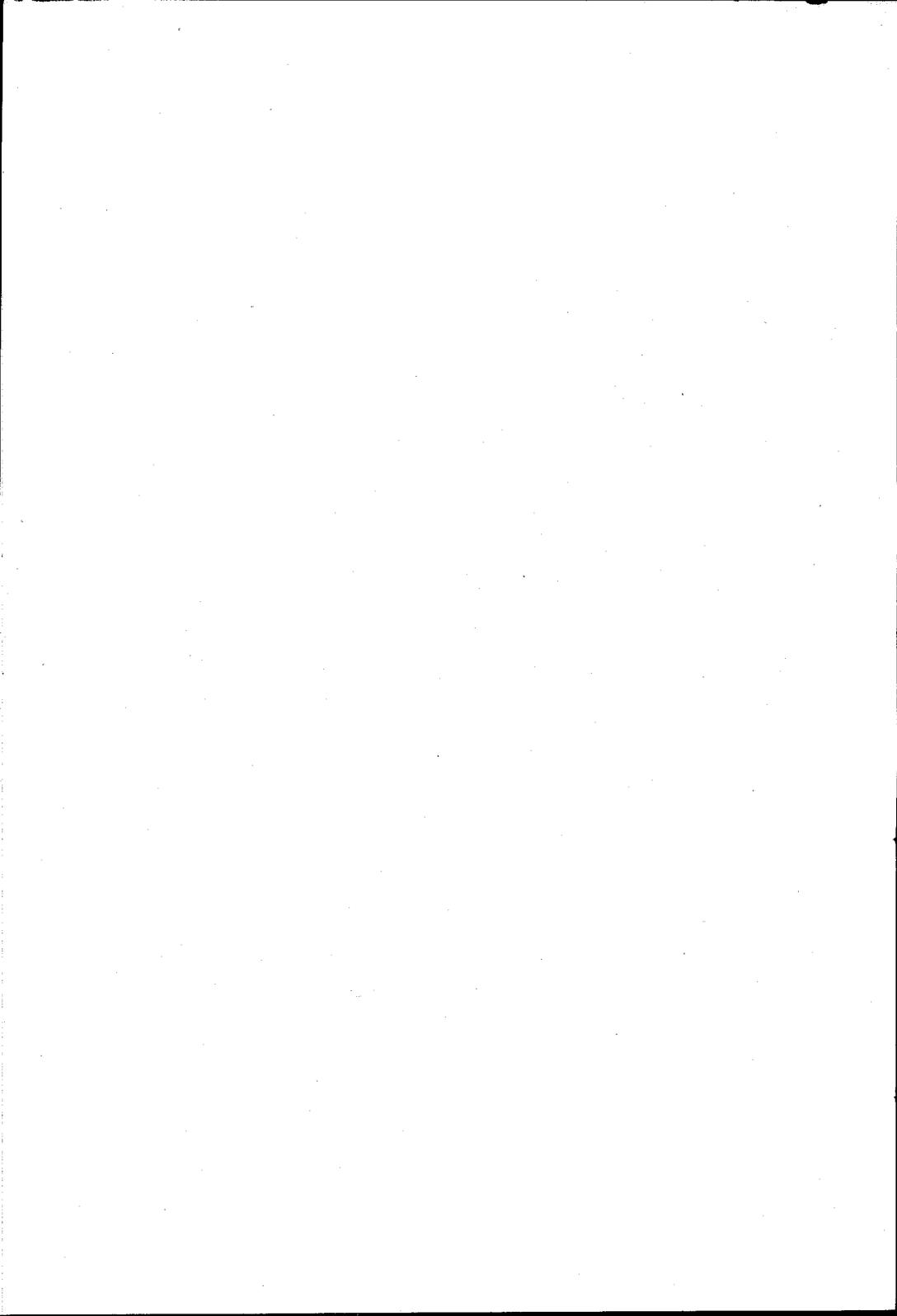
Oppenheim Himmelweit — La televisión y el niño — Tomo primero. Pri-
mera edición, Buenos Aires, 1962.

RIALP — Libros de Cine.





Estos jóvenes adolescentes han ingresado al tribunal de menores "Para ser Reeducados", la mayoría de ellos han cometido uno o más delitos.



CAPITULO V

LA RADIO

- 1.—Influencia Social de la radiodifusión.
- 2.—Efecto psicológico de la radiodifusión en los adolescentes.
- 3.—Educación y cultura a través de la radiodifusión.



"El anuncio tira, pero sin brusquedad. Empieza suavemente, pero su potencia aumenta día tras días, año tras año, hasta convertirse en una fuerza irresistible".

John Wanamaker.

CAPITULO V

LA RADIO

Influencia Social de la radiodifusión: Este medio masivo de comunicación, es muy importante en nuestra sociedad contemporánea, ya que, como los otros medios de difusión, contribuye a la formación de la opinión pública. Sus servicios son enormes, pero su principal influencia se debe al empleo de las emisiones radiofónicas.

La radio, al igual que la televisión, penetra en el hogar, y por consecuencia, con una misma audición disfrutan millones de millones de personas, formando de esta manera gustos y opiniones en un porcentaje mayor y más intensamente que cualquier otro medio de difusión.

La radiofonía ha traído a los diferentes gobiernos, problemas por los cuales han tenido que reglamentarse. En muchos países donde se afirma tener un régimen democrático, la constitución garantiza la libertad de expresión, libertad que se ha extendido a todos los demás medios de difusión; pero esta libertad, tiene ciertas limitaciones, aunque desgraciadamente muchas veces estas limitaciones son violadas y no son tomadas en cuenta por los locutores o las personas encargadas de ese medio de difusión. Por ejemplo: se prohíbe la calumnia, la difamación; se les prohíbe a los fabricantes que difundan informes equívocos o engañosos en la propaganda de medicamentos y comestibles; de tal manera, que la libertad de expresión se mantiene dentro de ciertos marcos. En los países totalitarios, la radiodifusión está totalmente fiscalizada por el gobierno y de esta forma los dictadores pueden evitar toda voz de protesta contra su régimen. Un ejemplo de ésto, lo tenemos en Alemania e Italia, durante la Segunda Guerra Mundial, países que utilizaron la radiodifusión para su campaña propagandista interna y externa.

No hay que olvidar que la principal función social que desempeñó la radiodifusión en su origen, fue la propaganda comercial y publicitaria. El problema que presenta la radio no es solamente racional y

adquiere una importancia internacional, ya que los países pueden establecer una propaganda en favor de sus intereses económicos y hacer adeptos a su régimen político o una labor de descrédito a otros países.

Por estos aspectos que he señalado, y por otros que a continuación expresaré, el Estado, quiéralo o no, tiene que interesarse por la radio-difusión. Tiene particular importancia que este medio de difusión se presenta como técnica de información de las masas, por su rapidez, su diversidad y su regularidad en la influencia de la opinión de los hombres.

El público radioyente, varía desde un hombre solitario y la familia en su hogar, hasta la muchedumbre congregada en una plaza o en cualquier otro lugar de reunión pública, donde se instalan altoparlantes: muchos gobiernos han usado este método, tales como la Unión Soviética, Los Estados Unidos, la Gran Bretaña y Alemania. Se prepara al público adecuadamente por medio de anuncios y se les mantiene bajo cierta expectación convenientemente establecida.

Los programas son elaborados, reflejan los valores y la fantasía de nuestra sociedad y de la cultura a la que pertenecemos, y también la satisfacción de la clase media. Los programas radiofónicos que tenemos, giran alrededor del romance, sexo, crimen y la lucha por conseguir nuevos niveles sociales y económicos. Con frecuencia nos presentan la lucha del héroe, la heroína, etc., cuyos personajes están en un constante entrar y salir del drama y este continuo movimiento lo hacen a través de sus vicios y virtudes. Son personajes muy poco elaborados, que no presentan matices de motivación.

Efecto psicológico de la radiofonia en los adolescentes. El valor emotivo que se produce al oír la voz de un orador en la intimidad de una conversación privada, tiene mucho interés para el adolescente. La oportunidad que tiene el joven para escuchar un programa radiofónico, naturalmente dependerá del tiempo que disponga, del trabajo en la escuela, de los hábitos recreativos y de las horas de ocio que disponga el sujeto radioyente. La radio tiene una ventaja sobre los programas televisados y es que muchas veces se puede estar realizando otra actividad, a la vez que se puede estar disfrutando de un programa radiofónico. Un ejemplo de esto lo encontramos cuando el chofer de un autobús a la vez que maneja, escucha su programa de la radio, y así sucede con el ama de casa mientras realiza sus labores domésticas y el empleado de un taller de reparación de automóviles, lo mismo que con el adolescente que camina por las calles con su pequeño radio de transistores junto al oído o un bolsillo del pantalón.

Cuando el adolescente tiene conectada la radio en su recámara experimenta la sensación de no estar solo sino acompañado a su modo en su mundo particular. El programa radiofónico le atrae porque le presenta las siguientes características:

- 1.—La forma de ser presentado.
- 2.—El realismo que presenta y que no puede ser logrado por la prensa y las revistas.
- 3.—El estar disponible en el hogar.
- 4.—La asistencia a cualquier espectáculo está sujeta a condiciones especiales, como el que el adolescente tenga dinero para asistir a la función de cine o para comprar la revista de su agrado,

mientras que el oír un programa radiofónico no presenta este problema.

En los primeros años de la adolescencia, el sujeto le da más importancia a los programas radiofónicos, que en la edad adulta.

Generalmente, los programas preferidos por los adolescentes, son aquellos que transmiten coincidiendo con sus horas libres; pero se ha podido observar que prefieren los programas de historias de crímenes, música popular y muy especialmente en las jóvenes adolescentes, se observa su preferencia por las novelas románticas. Parece ser que los programas que no llaman su atención son los que transmiten música clásica, disertaciones serias y los programas religiosos y educativos. En la preferencia del adolescente por los programas, intervienen varios factores, como son:

1.—El sexo.

2.—La inteligencia.

3.—Los intereses específicos que tenga el adolescente.

Parece ser, que en lo que se refiere a la preferencia de los programas, estaba de acuerdo con el sexo: por ejemplo: a las jóvenes adolescentes suele llamarle más la atención las novelas radiofónicas, música clásica, las canciones populares y bailables, mientras que el joven adolescente tiene interés por los programas de crímenes, de violencia; detectivescos, de misterios y deportivos. Otro factor importante en la selección de un programa radiofónico, es la inteligencia. El adolescente con inteligencia superior tiene preferencia por el programa narrativo y los dedicados a intereses especiales, drama, historias, leyendas de cierta calidad y de tipo cultural y social.

El adolescente de inteligencia media, prefiere las novelas sentimentales, los episodios, la música popular yailable y las variedades.

La radiofonía, produce efecto psicológico en el adolescente. "Existen pruebas de que los episodios excitantes provocan aumento del número de pulsaciones y la expresión sanguínea. (20).

"Los temas de crímenes son causa de nerviosismo, onicofasia, perturbaciones en la digestión y dificultades para dormir". (21).

La radiodifusión produce efecto sobre las actitudes de los adolescentes y como éstos son sugestionables, debido a que el número de horas diarias que emplea en escuchar radio es mayor al que utiliza al asistir a una función cinematográfica, de tal manera que se deja influir por esta fuente de información que goza de prestigio. El hecho de que nuestros adolescentes aceptan lo que dice el locutor, trae como consecuencia su discusión, produciendo efectos en sus actitudes.

La educación y la cultura a través de la radiofonía. Es de suponer, que la radio debiera ejercer una labor educativa y cultural por intermedios artísticos y musicales, y por consiguiente, creo que sería nece-

(20) Preston, 1941, citado por Elizabeth B. Hurlock, *Psicología de la Adolescencia* página 291.

(21) De Boer, 1939, citado por Elizabeth B. Hurlock, *Psicología de la Adolescencia*, página 291.

sario reglamentar su aspecto educativo para que la radiodifusión coopere en el mejoramiento del lenguaje y no contribuyera a deformarlo como ocurre con las propagandas que nos presentan a diario. Un ejemplo de esto es el hecho de que en muchos anuncios se distorsionen las palabras y en lugar de decir "alta fidelidad" se dice "alta felicidad"; "ojista" por "oculista"; "catacumbas" en vez de "cataratas", etc., etc.

Con frecuencia, los conciertos y otras manifestaciones artísticas, son oídas en nuestros hogares. "Un plan sistemático de educación y cultura, puede elevar rápida e intensamente el nivel educativo y cultural de los pueblos".

La U.N.E.S.C.O., le da una gran importancia a la radiodifusión como técnica de información de las masas y dice además que desde el punto de vista de relaciones internacionales entre todos los medios de difusión, quizá es el que representa el papel más importante.

El adolescente es el futuro hombre del mañana, en él recaerán todas las responsabilidades de la patria, y es por esto que considero de vital interés la preocupación porque la elaboración de los programas radiofónicos, que ejercen un importante papel en la formación de los ciudadanos del mañana, sean de una calidad cultural y educativa insuperable.

La radio se puede constituir en instrumento de formación cultural y pedagógica incomparable. En muchos países, como por ejemplo, Colombia, la radiodifusión se utiliza para la formación y educación de los campesinos; otros han incorporado la radiodifusión a los sistemas educativos y han fracasado, debiéndose esto posiblemente a que los programas se limitan a la técnica comercial que no tiene como finalidad educar. En otros países, como Venezuela, el gobierno tiene su propia emisora y solamente transmite programas culturales y educativos; pero desgraciadamente, son pocos los países latinoamericanos que poseen una emisora con ese fin, en la mayoría de nuestros países las emisoras son particulares y se sostienen con la propaganda, por lo que su principal finalidad es divertir mediante el halago de las bajas pasiones y el desarrollo del mal gusto artístico.

Creo que es necesario luchar porque los medios de difusión y en el caso específico de la radio, ésta desempeñe un papel en sus actividades, haciendo más viva aun su acción y favoreciendo la extensión del público. Creo que es necesario e importante para la educación popular, y no debe ponerse obstáculo estéril a este medio de difusión, sino por el contrario, debe estudiarse y profundizar cuáles son las posibilidades que presenta en el terreno educativo y cultural. La radiodifusión es un medio poderoso que debe informar con exactitud y debe luchar contra la ignorancia y la mediocridad.

BIBLIOGRAFIA

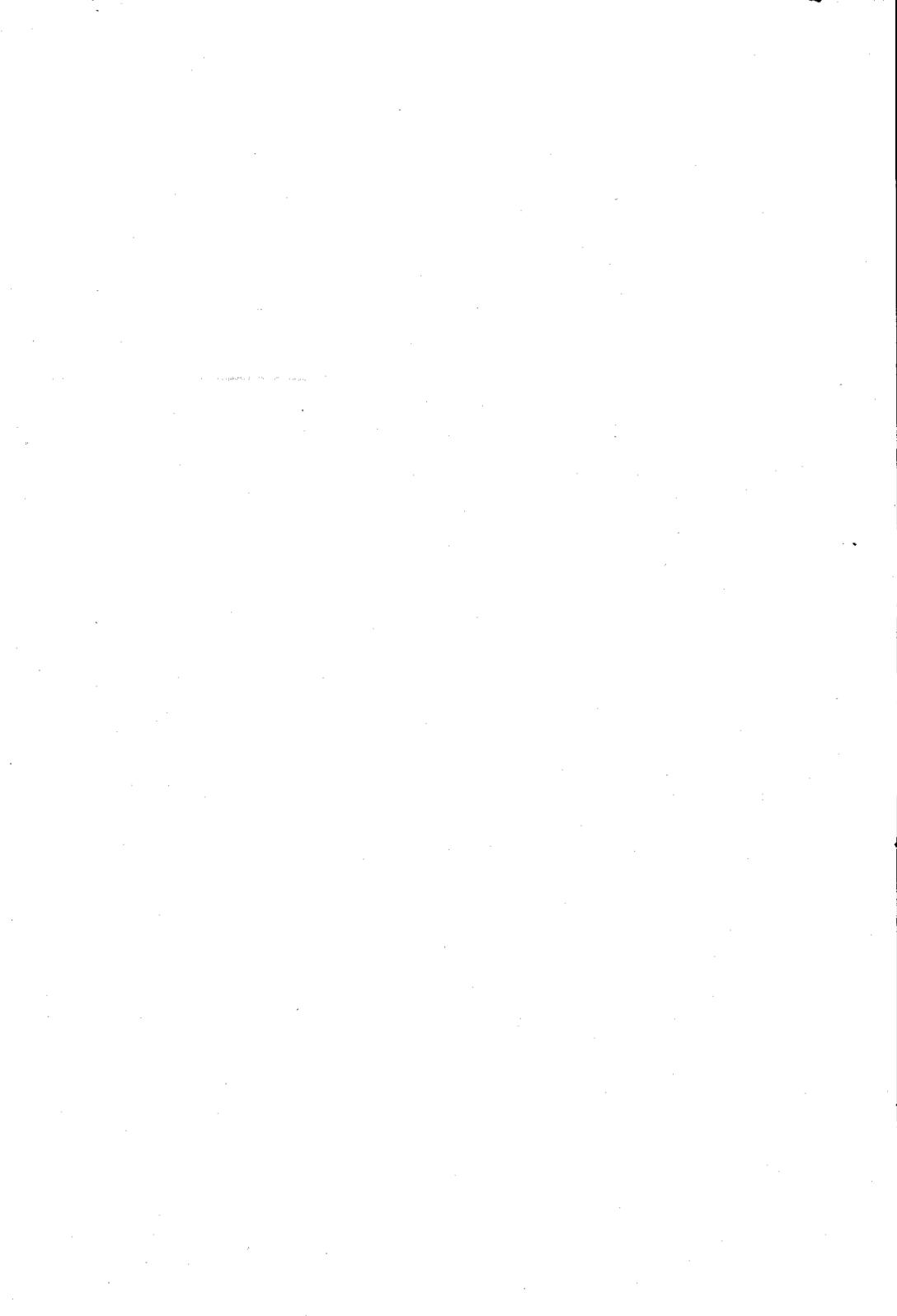
Young, Kimball — Psicología Social — Editorial Paidós. Primera Edición, Argentina, 1963.

Hurlock, Elizabeth B. — Psicología de la Adolescencia, Editorial Paidós. 1a. Edición, Argentina, 1961.

Moreno y García — La enseñanza audiovisual. Editorial Patria. México, 1962.

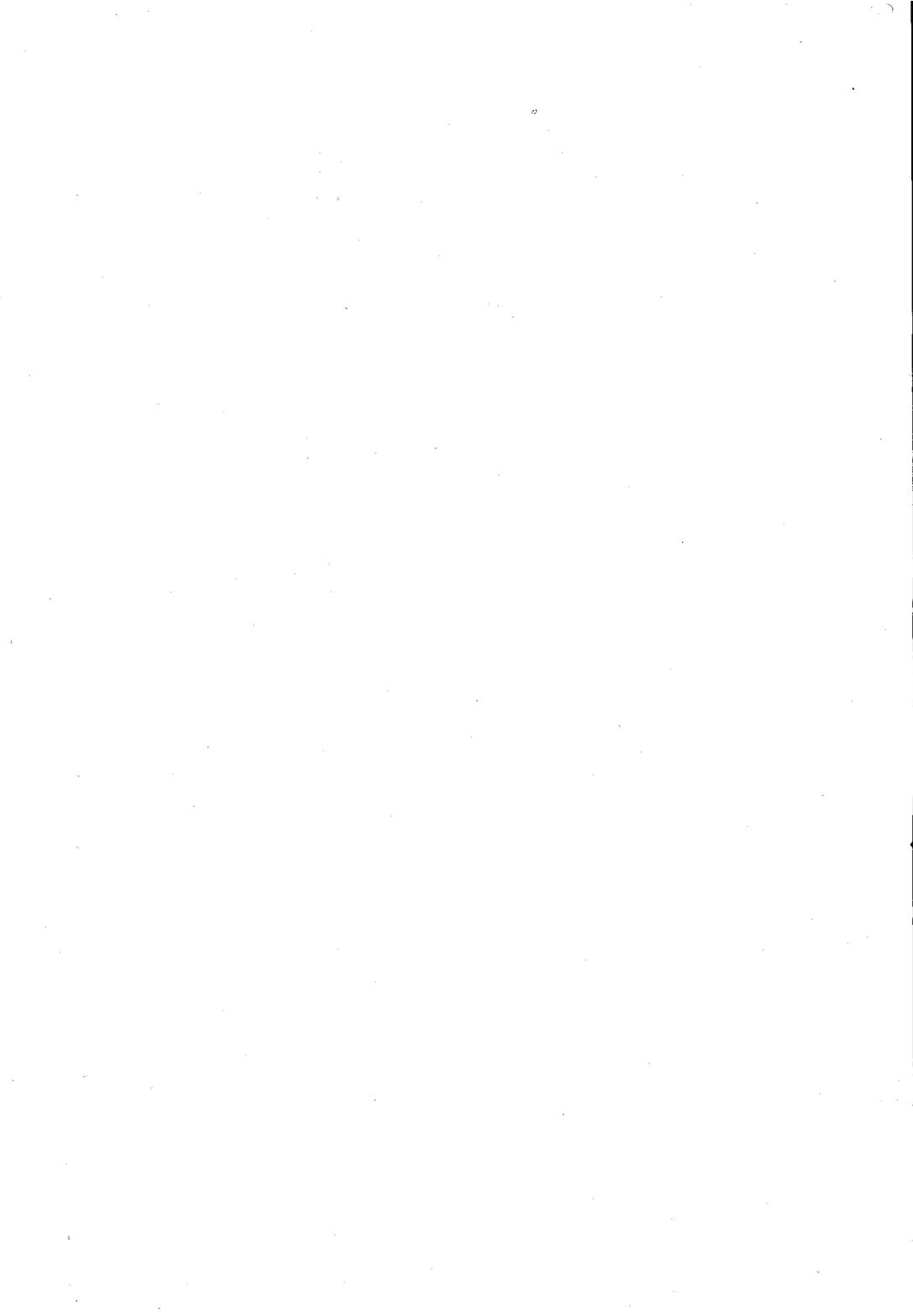
Terreou — UNESCO, 1952. El derecho de la información. Estudio comparado de los principales sistemas de reglamentación de la prensa, la radio y el cine.

UTHEA. Enciclopedia Cultural — Tomo V. Libertad de información en el desarrollo de los medios de información en los países insuficientemente desarrollados.





En cada esquina de nuestra hermosa ciudad encontramos venta de revistas y periódicos con portadas de todo tipo y títulos sensacionales que no son nada edificantes.



CAPITULO VI

LA PRENSA

1.—INFLUENCIA SOCIAL DE LA PRENSA.

A) La noticia.

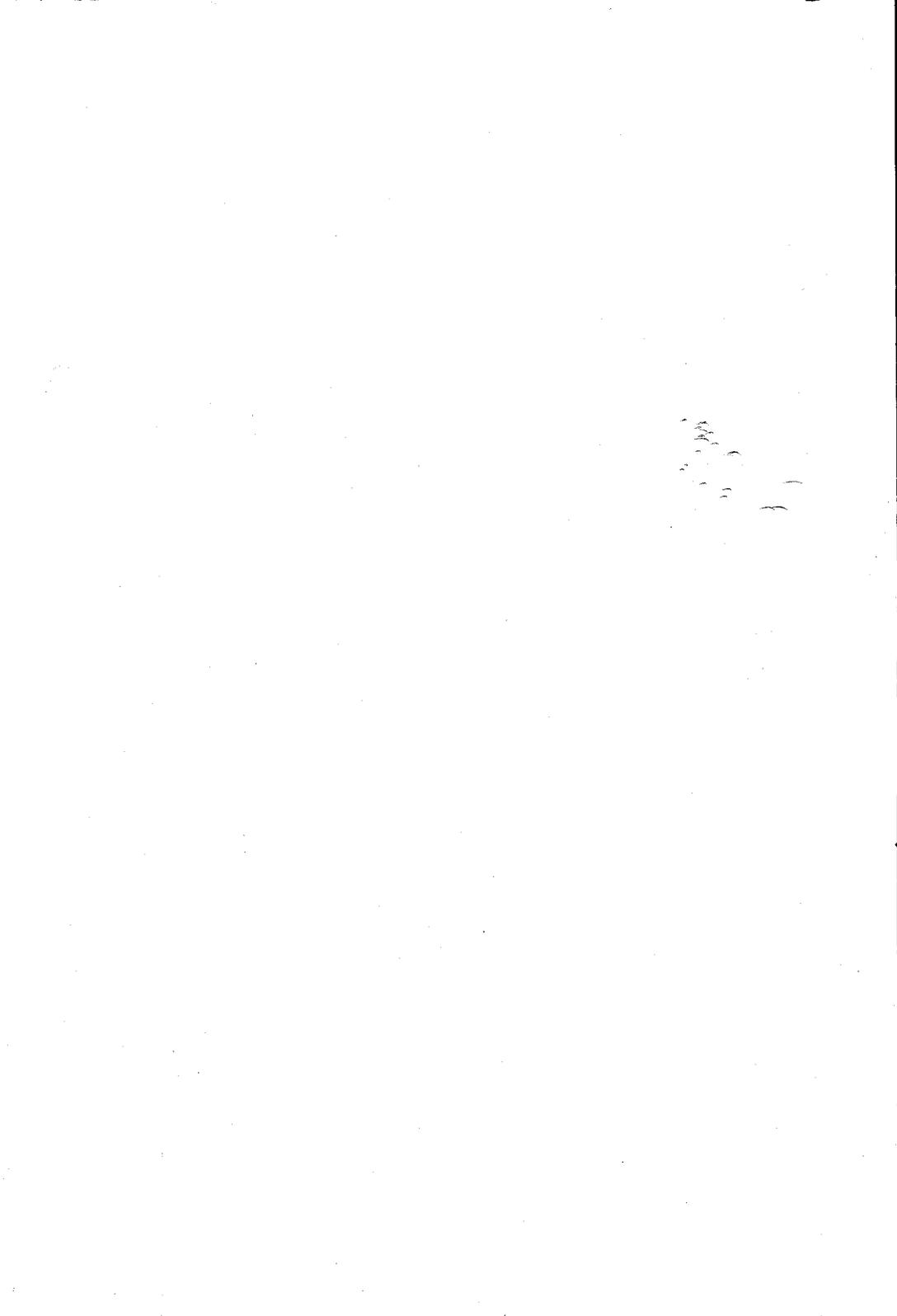
B) El sensacionalismo.

C) La propaganda (El impacto psicosocial de la propaganda).

2.—EFECTO PSICOLOGICO DE LA PRENSA EN LOS ADOLESCENTES.

3.—LOS SUPLEMENTOS COMICOS.

A) Análisis desde el punto de vista psicológico y la influencia en la adolescencia.



"Todo abuso y vileza de la publicidad se puede corregir, mediante la publicidad misma y sólo por ella".

Karl Jaspers

LA INFLUENCIA SOCIAL DE LA PRENSA

La prensa debe imponerse el deber de hacer sentir a la sociedad la prosperidad y la paz, defender el trabajo, aumentar la unión armoniosa de todo el país o continente y unido en una voluntad de acción, forjar un futuro mejor donde los jóvenes puedan encontrar ideales, metas que alcanzar y la felicidad que todos deseamos, evitando a toda costa los traumas y las situaciones conflictivas.

"La prensa, arma valiosísima contra la tiranía y la usurpación de la soberanía, el medio mejor de sembrar ideas y conocimientos, tiene diferentes funciones que llenar en la nueva sociedad". (22).

En esta época contemporánea, el periódico moderno es producto de la revolución industrial que se ha convertido en un medio de comunicación e interpretación de noticias.

La noticia es una forma especial de comunicación. El individuo que recibe la noticia reacciona intelectual y emocionalmente o mediante su acto volitivo, al estímulo que se le ha presentado y, por lo tanto, juzgamos que influye en la sociedad.

El periódico refleja la cultura de la sociedad donde se edita y participa de la creación del mundo cultural, por lo que la forma de narrar, tiene mucha importancia debido a que se ajusta perfectamente a la psicología de la elaboración de la leyenda y el mito.

Es de interés tomar en cuenta la elaboración del material informativo, porque nos refleja muchos rasgos psicológicos comunes de las actitudes y estereotipias que nos presenta nuestra sociedad.

Se obtiene el interés mediante la atracción ejercida en los intereses universales del hombre, modificados por las culturas y las tradiciones de determinadas culturas.

(22) Los orígenes de la Democracia Totalitaria, traducido del inglés por Manuel Cardenal Iracheta, Editorial Aguilar, Madrid, 1956. Título en inglés The Origins of Totalitarins Democraci, página 43.

Podemos señalar algunos intereses universales entre los que encontramos los siguientes:

- 1—Interés en la lucha y los conflictos humanos.
- 2—Interés por el amor y el sexo.
- 3—Interés por lo excitante y extraordinario.
- 4—Interés por el progreso.
- 5—Interés por la moda.
- 6—Interés por lo que despierta simpatía y aceptación hacia la masa o en los individuos.

Las costumbres y el valor moral en la prensa.

El contenido de un diario debe ser cuidadosamente seleccionado y elaborado por su personal técnico y con un gran sentido de la ética profesional, pensando siempre en la sociedad a la cual ya a ser dirigida, debiendo adoptar una posición decidida en los valores morales, éticos y sociales.

La prensa refleja la fisonomía de una nación y nos muestra un aspecto de la vida social en el medio que se edita.

Una buena prensa debe satisfacer ciertas necesidades del público lector como son:

- 1—Ser fielmente informativo.
- 2—Responder a su criterio crítico y bien elaborado.
- 3—Debe resaltar los valores positivos y después los negativos por contraste.
- 4—Tener sentido de lo moral y espiritual.
- 5—Debe defender las buenas costumbres.
- 6—Luchar por la elevación cultural, económica y social de la comunidad donde se edita.

Es conocido por todos, la tendencia que prevalece en nuestra sociedad: tendencia mercantilista que trata de explotar todo lo morboso y sensual, de una manera descarada, que crea en el mundo del lector cierta popularidad muy peculiar con el tipo de publicaciones que contribuyen a la deformación de la mente y del psiquismo del joven lector. Creo que es necesario crear un tipo de reglamentación que se haga cumplir, para que el periodismo mejore en todos los aspectos. Quizá la falta de profesionalismo sea uno de los factores que contribuyan a las lacras que padece el periodismo.

Un periodista improvisado, puede hacer mucho daño debido a que no tiene conciencia ni preparación para realizar tan importante trabajo. Muchos veces nosotros hemos sido testigos de columnistas que trafican sin escrúpulos de ninguna especie con una noticia o con un chisme que puede ser un rumor político, religioso, etc., o con todos aquellos temas que se presten para despertar la fantasía en el lector.

En América Latina, existen alrededor de 1.154 diarios y un promedio regional de 7.4 ejemplares por cada 100 habitantes, y aunque la U.N.E.S.C.O., pide un promedio de 10 ejemplares como mínimo por cada 100 habitantes, esto nos indica que aun falta mucho que hacer en favor de este importante medio de difusión (23).

(23) Citado en la Revista de la Unesco: Los Medios de Información en América Latina, Pág. 9.

El consejo Económico y Social, en su informe del Director de la U.N.E.S.C.O., nos da a entender la importancia y el deber que tiene la prensa en promover y fomentar el interés por la lectura entre los jóvenes lectores. La prensa sigue siendo el medio principal de la transmisión de noticias e información en los pueblos latinoamericanos. (24).

A) LA NOTICIA

El lenguaje empleado en la transmisión o narración de una noticia o de un acontecimiento, es vivido por cada sujeto como personal y está dirigido con el objetivo de despertar emociones, por lo que el lenguaje usado debe ser conciso, breve y claro, debiendo además estar destinado a despertar el pensamiento racional.

Las buenas noticias deben tener las siguientes características:

1—Oportunas.

2—Verídicas.

3—De interés humano.

"Cuando un periódico se limita a ser un receptáculo de sucesos sin ninguna clase de comentario sin interpretación y que entre las columnas no se deje ver afluencia moral, ideológica y estética de la vida, el periódico pierde esa vitalidad de protocolo del mundo circundante que le acredita su propia naturaleza". (24-bis).

En la actualidad, apreciamos que el periodismo moderno está elaborado con el fin de interesar a todas las personas de su país. Estimula a los amantes de lo sensacional o a los que tienen interés por los deportes y el comercio y en general, a todos los sectores sociales.

La noticia, para que llene su función social, debe ser: clara, sencilla, natural, de interés, que contenga un lenguaje correcto y conciso.

Nuestros periódicos están destinados a despertar la emoción y no estimulan el pensamiento racional. Las noticias de robo, lucha, conflictos religiosos, políticos y raciales, de calumnias, desastres, catástrofes, etc., son temas preferidos por los periodistas e incitan los núcleos de los más profundos impulsos del hombre y alimentan la actividad sexual y seguridad personal y las emociones que acompañan a estas actividades como son, el miedo, la cólera, el amor, el odio, crímenes, robos, estafas; divorcios, autoviudas. Son hechos que atraen la atención del hombre y estimulan la fantasía. Cuando los sujetos leen relatos de esta índole o relatos de desastres y batallas, participan emocionalmente la seguridad y orden psíquico, excitando las emociones sin riesgos personales.

B) SENSACIONALISMO.

En 1919 se inició el sensacionalismo y a partir de esta fecha se estableció el juego entre la publicidad y el sensacionalismo de los traficantes.

(24) América Latina UNESCO: Factor de desarrollo económico y social Página 9.

(24 bis) Cuenca, Humberto., citado en la Obra Imagen Literaria del Periodismo, páginas 16 a la 32.

tes de noticias que se convirtió en una pauta periodística aceptada por la sociedad.

Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst, fueron los que se encargaron de difundir el sensacionalismo e inventaron lo que hoy en día conocemos como el "**periodismo amarillo**". Con este tipo de periodismo, se producen efectos psicológicos en los sujetos, pues se utilizan las incitaciones emocionales cada vez con mayor intensidad, con titulares espectaculares, truculentos, buscando captar el interés a las esferas sociales más bajas de la población.

El sensacionalismo y las incitaciones emocionales se han infiltrado en nuestra sociedad, los grandes encabezamientos, las estereotipias, etc., que ya nos parece algo familiar.

Lo sensacional tiene relación con lo moral, político, económico y con los conflictos de las personas que ocupan altos cargos y situaciones ventajosas en una sociedad.

Hay países, como España, donde se han hecho reglamentaciones en este sentido, especialmente en lo que se refiere al tipo de publicidad que está destinado a los niños y a los adolescentes. Estas publicaciones no deben tener grabados, cuentos, títulos, etc., que presenten, con aspecto favorable, el robo, bandidos, odio, etc., o cualquier otro aspecto calificado como delito que pueda influir o desmoralizar en la conducta y las actitudes de la infancia. Por lo que se refiere a la adolescencia, también creo de importancia someter a consideración la necesidad de prohibir por cualquier medio la publicación de fotografías de menores que hayan cometido delito, sea cual sea su condición social.

C) **LA PROPAGANDA** — (El impacto psicosocial de la propaganda).

Es éste un medio de persuasión de masas y puede ser consciente o inconsciente. Su principal objetivo es despertar interés, influir, convencer y llevar a la acción. Además, es una cuestión importante, deliberada, planeada y sistemática, usándose principalmente la sugestión y otras técnicas psicológicas.

La propaganda trata, y en la mayoría de las ocasiones lo consigue, de producir actitudes o reacciones favorables o desfavorables en el psiquismo de la colectividad hacia determinada mercancía o situación social, religiosa, política, etc.

Otro de los objetivos que se propone la propaganda, es el de llamar la atención, despertar el interés y estimular el deseo que lleva a la acción; pero para que la propaganda lleve al acto volitivo, es necesario que sea exacta, completa, verídica, y que tenga una presentación y campaña suficientemente amplias, coordinadas y vigorosas, para que puedan producir impacto social.

La psicología de la publicidad estudia la acción sobre el individuo que actúa según sus intereses personales. Los estímulos sugeridos por el propagandista y los estímulos colectivos, van dejando partículas de reacción en el complejo consciente o subconsciente del alma colectiva.

Los propósitos de la propaganda se pueden presentar de dos formas, bien sea **abiertas** u **ocultas**.

Se puede tomar la propaganda deliberadamente para adoctrinar.

A través de la propaganda, se producen asociaciones mediante la

técnica de la sugestión y se adapta a la actitud consciente que ha resultado siempre satisfactoria. Además de incrementar el efecto de los medios inconscientes que empleamos para alimentar nuestra fantasía y mantener nuestra moral, fomenta ideas y actitudes. Se utiliza la propaganda como procedimiento para el control de la opinión pública y manejada con eficacia y con habilidad, puede ser una influencia muy útil en nuestra conducta, además de ser la parte contraria de la censura.

Elementos psicológicos que tiene la propaganda.

- 1—Utilizar la sugestión, elemento esencial psicológico.
- 2—Está siempre relacionada con el público al cual va a ser dirigida.
- 3—Su contenido es simbólico.
- 4—Produce efectos en la modificación de ideas, actitudes, valores y especialmente en los actos volitivos.
- 5—Para que sea efectiva, se utiliza la incitación emocional.
- 6—Emplea la repetición en forma metódica.

La propaganda ejerce un ciclo psicológico en los sujetos; pues tiene acción en la sensibilidad, la percepción y la volición.

Cuando se le presentan a un sujeto piezas de propaganda o publicitarias, sucede lo siguiente:

- 1—Una impresión visual con efecto en la atención.
- 2—La impresión estética por medio del conocimiento y la sensibilidad.
- 3—Una impresión intelectual, por la cual pasa a nuestra mente de la visión de la presentación imaginativa.
- 4—Una impresión afectiva sobre nuestros sentidos y nuestra emotividad, por efecto de la intensidad de la expresión o evocación de las dimensiones, el movimiento, el color, la luz.
- 5—Una impresión asociativa, complejo intelectual sensitivo, mediante la cual las ideas, los intereses y los sentimientos existentes en nuestro espíritu, son estimulados y encadenados con fuerzas entrantes por la ley de contigüidad, uniendo en nuestro mundo interior el presente con el pasado.
- 6—Una impresión receptiva que obra sobre la sensibilidad e inteligencia por fuerzas asociativas, por fuerte estímulo de atención que, al ser mantenido fijo, se convierte en interés, tiende a la acción, al principio del movimiento volitivo que se llama deseo, tras un proceso iniciativo o persuasivo.

La publicidad tiene otra finalidad psicológica que consiste en utilizar como hilos conductores del aparato psíquico y sensorial del individuo, así como todas sus fuerzas subconscientes para estimular su conocimiento y su sensibilidad en dirección determinada, que, informando, sugiriendo, educando y estimulando, conduzca a la realización del acto de voluntad relacionado con el consumo. La publicidad hace que una idea o un hecho, influyan directamente sobre el individuo o sobre las masas, para que se adapte a la finalidad expuesta mediante la **libre decisión sugerida**, de tal modo, que, llevados por dicha influencia, cooperen a la realización de dicho objetivo.

En ocasiones, los individuos actúan exclusivamente en virtud de reacciones producidas en su psiquismo por efecto de su contacto real o ideal con la colectividad.

EFECTO PSICOLOGICO DE LA PRENSA EN LOS ADOLESCENTES

Debido al fenómeno de transculturación expresado a través de los medios de difusión, los adolescentes toman actitudes sociales que pueden ser negativas o positivas y según la orientación que estos medios traigan consigo, pueden producir la exaltación de la agresividad, la violencia y la morbosidad y por consiguiente, anormalidades en la salud mental de los jóvenes.

Los medios de difusión con orientación equivocada o distorsionada, pueden ejercer influencia negativa en la formación de actitudes de los adolescentes. Esto es contrario a la función que debiera ejercer, que sería de formación y orientación a los medios de difusión, y en este caso particular a la prensa; pero como todos sabemos, este, como los otros medios, se ha convertido en un negocio que obedece a la ley de oferta y la demanda.

Es bien sabido que en los periódicos sensacionalistas, denominados tabloides, las noticias y la abundancia de fotografías, atrae mucho a los adolescentes de las escuelas secundarias. Center y Persons observan que gran número de estudiantes de secundaria abandonan los estudios antes de terminar el ciclo y presumiblemente ingresan a las filas de los tabloides. Center y Persons, concluyen sus estudios de las lecturas que interesan a los estudiantes de secundaria, con un comentario que da que pensar: "El nivel de lectura de libros es más alto que el nivel de lectura de diarios y revistas". La explicación de este hecho, es la de que los profesores orienten más hacia la lectura de los libros que de diarios y revistas. A partir de los 14 años, existe interés progresivo por los tabloides así aumenta el tiempo dedicado a ellos. (25)

Las secciones que prefieren los adolescentes, constituyen un reflejo de sus gustos y los motivos que tienen para leer los mismos. En un gran porcentaje de adolescentes, la lectura de los diarios se haya motivada por el deseo de informarse y entretenerse (26). Sin embargo, el interés varía según el sexo y el nivel intelectual del lector, como resultado encontramos diferencias en las diversas secciones que prefieren los adolescentes y las adolescentes. También el interés se encuentra relacionado con las diversas condiciones que prevalecen en la comunidad. En general, los adolescentes tienen preferencia por la sección de deportes, historietas cómicas, policíacas, sociales y avisos.

En relación con la edad, el interés por las noticias varía, de las nacionales a las internacionales y los editoriales.

También podemos decir que existen diferencias notables en lo que se refiere al sexo y las secciones preferidas de la prensa.

Las adolescentes muestran o presentan mayor interés por sociales, avisos, páginas femeninas, modas y editoriales.

Los adolescentes prefieren las secciones referentes a deportes, historias policíacas, radio, cine y teatro.

El interés por las revistas y cuentos breves, es otra de las causas

(25) Wall, 1948, citado por Elizabeth B. Hurlock, *Psicología de la adolescencia*, página 286.

(26) Fleingold, 1944, citado por Elizabeth B. Hurlock, *Psicología de la adolescencia*, página 286.

del cambio que ocurre en la orientación de las lecturas en los jóvenes adolescentes. El adolescente dedica más tiempo a este tipo de lecturas que a otros libros y es muy probable que a esto se deba el hecho de que dispone menos tiempo que el escolar, para leer por placer, y a que los diarios y las revistas proporcionan información actual.

La prensa tiene un importante papel que desempeñar en nuestro mundo. La labor de ésta es de gran importancia en la formación de la opinión pública y debe estar al servicio de la verdad y la justicia, cosa que está muy lejos de cumplir. Todos somos testigos de una u otra manera, de la nota roja, del sensacionalismo que lleva al escándalo, la frialdad y truculencia no solamente en la forma, sino en todos los medios de difusión, que fomentan un ambiente poco relevante para la formación y orientación de los adolescentes y que éstos, cuando llegan a la adultez, van a ocupar puestos y llevarán las riendas del país, y si su orientación ha sido mala o poco adecuada, las consecuencias serán catastróficas.

Otro aspecto de gran importancia que hay que considerar en la prensa y que tiene repercusión en la mente de nuestros jóvenes, es la vulgaridad literaria, defecto de estilo para expresar las reacciones entre el cuerpo y la psique.

Hurley sostiene que: "siempre que se tenga talento para saberlo expresar. En cambio, lo sincero sin purificación estética, resulta falso y artificioso. En el periodismo amarillo, la gráfica sangrienta, el lugar común y la muletilla, son los más abultados síntomas de la vulgaridad periodística".

El buen periódico, responde a una imagen del pueblo con un lenguaje sencillo, contribuyendo así a su mejoramiento social, cultural y económico y por ende a una mejor generación, basada en principios sólidos y con ideales sublimes.

La prensa que leen los adolescentes latinoamericanos (en nuestras ciudades), parece no tener su sitio para enseñar al joven adolescentes la necesidad de luchar por la liberación de los humildes, del hambre y la miseria, la incultura, la promiscuidad y todo aquello que menoscaba la integridad del hombre: el robo, la inmundicia, la masacre y todo lo que es truculento, escandaloso y que en alguna forma contribuya al engaño y a la explotación de los habitantes de nuestro amado continente.

LOS SUPLEMENTOS COMICOS

El doctor Werthaun afirma: "si quieres una generación mitad tropa de choque y mitad de carne de cañón, con unos toques de analfabetismo, las revistas de historietas son buenas en rigor son perfectas y esto es precisamente lo que se quiere, formar jóvenes que ataquen sin consciencia de la acción que realizan. Sembrar en las mentes agresividad y odio contra determinados pueblos y razas para que en la lucha sean implacables y ciegos, sin preguntarse de parte de quien está la verdad o a quien asiste la razón. Esa inclinación hacia la guerra no es asunto de mera casualidad. Los suplementos cómicos interplanetarios que se prestan para interesantes indicaciones sobre geografía física, como coadyuvante del proceso educativo, son vistos por los empresarios de suplementos, como importante vehículo para ofrecer la guerra de los mundos como si fuese la única forma de relación entre dos mundos. Insana manera

de enseñar a los niños los avances que por el dominio del espacio realiza el hombre". (Tomado del trabajo "Los suplementos y las actitudes negativas hacia los grupos sociales" 1960).

A partir de 1940, parece ser que los suplementos cómicos es la única literatura infantil, pues ya no se aceptan los cuentos de hadas, debido a que se consideran caducos a la sensibilidad social que estos reflejan.

Podemos considerar el suplemento cómico como el producto de una época donde padecemos una serie de conflictos sociales, económicos, políticos, etc. El mundo que les estamos forjando a nuestros jóvenes adolescentes, es violento y podemos decir que es así, porque los adolescentes ven películas de vaqueros en el cine y la televisión y leen las páginas rojas en grandes titulares. Por último, le presentan unas páginas cómicas donde los asuntos que se tratan son insultantes a todos los que son blancos y que la agresividad, la vulgaridad es el único medio de relación. Creo que podría afirmar sin temor a equivocarme, que estamos preparando el veneno psicológico para desquiciar la mentalidad juvenil.

Los suplementos cómicos evitan que el sujeto utilice el proceso del pensamiento y la imaginación se anule. Todo se le da al sujeto en tal forma elaborado, que tiene que hacer un esfuerzo mínimo por asimilar.

También podemos indicar que utilizando palabras que no tienen significado en el diccionario, se contribuye a la deformación del lenguaje. Un ejemplo lo tenemos en el suplemento cómico de Superman, con la "kriptonita".

Creo que es necesario encarar este problema con el debido cuidado y urgencia que requiere y hace ver a los distribuidores y al público en general las verdaderas necesidades que existen de fomentar y cultivar un género de historietas que sea capaz de competir con el vacío que deja en el psiquismo de los jóvenes adolescentes, que la elaboración de la historieta sea estética y que le presente los valores positivos que indudablemente nuestra sociedad tiene y que tanto se han empeñado en ocultar.

Para poder dar a conocer el tremendo problema, he resuelto presentar los datos que aparecen en las revistas de la Universidad del mes de julio de julio de 1963.

En México se publican mensualmente por la "Editorial Novaro" las siguientes revistas:

13 millones de ejemplares de 60 revistas de las cuales un 50% van a Sudamérica.

"Publicaciones Herrerías", edita 3 millones de ejemplares sobre todo de novelas semanales.

"La Prensa" 6 millones, aproximadamente.

"García Valseca", 10,000 de la **Familia Burrón**. Yolanda Vargas Dulcé con historietas como **Tawa** o José G. Cruz con **El Santo**: 5 millones.

En total, cerca de 27 millones de ejemplares mensuales, o sea, más de 300 millones al año.

A) ANALISIS DESDE EL PUNTO DE VISTA PSICOLOGICO Y LA INFLUENCIA EN LA ADOLESCENCIA.

Trataré de analizar a **Supermán** porque es el más representativo en las historietas.

Supermán es un ser prodigioso que proviene de otro planeta: Nació en un planeta llamado Krypton. Que al estallar por radiaciones atómicas, un pedazo de él (una kriptonita) que se acerca a Supermán le quita

poderes y es más, puede acabar por matarlo. Por eso Supermán como hombre, es un tímido.

Para el psicoanálisis Supermán es el producto onírico de un empleado mediocre, Clark Kent, es un sujeto tímido atemorizado, sin ninguna perspectiva de triunfo en el sistema de competencia.

CONCEPTO DEL DOCTOR CARDENA

Desde su punto de vista, todas las historietas y principalmente las de tipo fantástico, tiene un sentido psicoanalítico. Por ejemplo Superman, que no es en el fondo sino un simple empleado de redacción pero a pesar de ser un miope, tímido con las damas e impotente, mil hazañas que en la fantasía lo transforman en héroe del hombre contemporáneo, y que en ese papel ideal no llega a las mujeres totalmente porque vuelve a su mediocridad.

Encontramos el romance familiar de cualquier neurótico, la fantasía del héroe interplanetario. Esto es subconsciente infantil profundizado en el tema, el psicoanalista nombre al animal que siempre derrota a **Marvilla**, la **Superman** que simboliza a **Meduza**, cuyas cabezas eran inmortales.

Nos habla de los héroes con doble personalidad que se identifican con uniformes, capas y vestidos que los hace invulnerables y que sin ellos no son nada.

Desde el punto de vista psicoanalítico lo que busca el adolescente en los suplementos cómicos es lo siguiente:

- 1.—Acción fácil, que aparezca clara e inmediata.
- 2.—Relación de causas y efecto.
- 3.—Atributos estéticos de los diferentes personajes.
- 4.—Saber quien es el héroe y quien el villano.
- 5.—Repetición infinita del personaje y de la trama.
- 6.—El sujeto utiliza al suplemento cómico como mecanismo de identificación y actúa a través de algún personaje.
- 7.—La serie que presenta mayor número de figuras satisface mayores necesidades psicológicas del sujeto.

Los suplementos cómicos que suelen leer nuestros adolescentes no reúnen ningún contenido pedagógico, aunque se ha intentado realizarlos, ha fallado la tentativa debido a la inercia y la falta de interés de sus realizadores.

BIBLIOGRAFIA

Borrego, Salvador. El Periodismo trascendente. 4a. Edición Editorial Justicia, México 1961.

Cuenca, Humberto. Imagen Literaria del Periodismo. Editorial Cultura Venezolana. Primera Edición, México 1961.

El Gallo Ilustrado. Suplemento Dominical El Día. No. 33 México, D.F 10 de febrero de 1963.

Hurlock, Elizabeth B., Psicología de la Adolescencia. Editorial Paidós. Primera Edición Argentina. 1961.

Joung, Kimball. Psicología Social — Editorial Paidós. Primera Edición Argentina 1963.

Prat Gaballi, Pedro. Publicidad Combativa. Editorial Labor, S. A. México 1953.

Revista de la Universidad de México, Julio de 1963.

Rodelgo, José Lillo. El adolescente al descubierto. S. A. Atenas Madrid 1962.

Stone, L. Joseph y Joseph Curch. Niños y Adolescencia. Psicología de la persona que crece. Ediciones Hormes. Editorial Paidós. Segunda Edición. Buenos Aires, 1963.

UNESCO.—Los medios de Información en América Latina: Factor económico y social. 1961.



SUPERMAN

EN ESTE NÚMERO:
**"LA SECUNDARIA
DE LA QUINTA
DIMENSIÓN"**

¡HUY!
¡HAZ QUE
BAJEMOS
YA A
TIERRA!

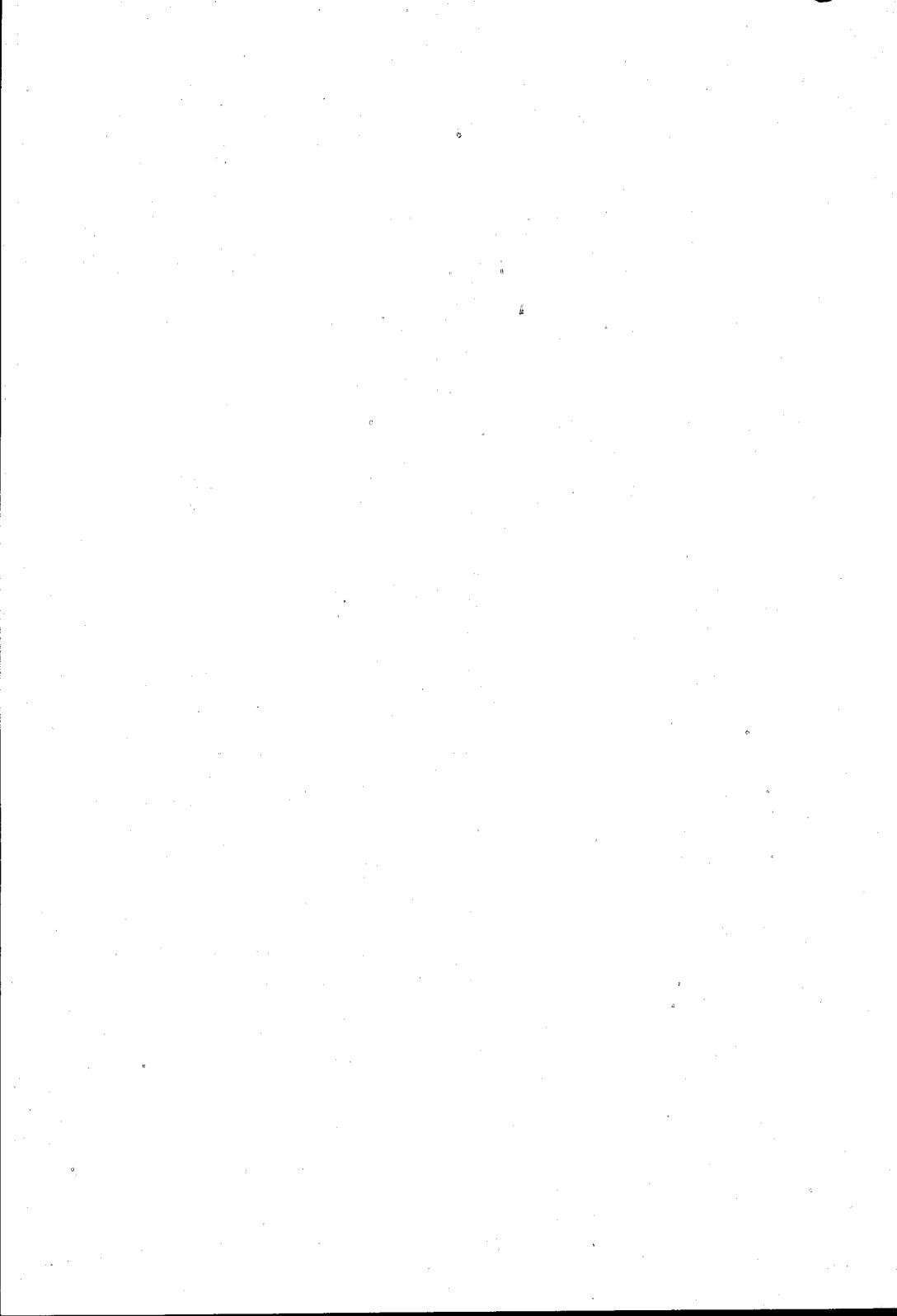
PAGARÁS LO QUE
ME HAS HECHO,
TONTO.

HAY UNA FORMA DE
ACABAR CON LOS SERES
QUE HAN POSEIDO A ESTOS
OBJETOS, PERO NO ME
ATREVO A
USARLA.



¡Extra! "LA LEGIÓN DE HÉROES SUSTITUTOS"
CONOZCAN A... POLAR... NOCTURNA... PÉTREO Y CLOROFILA.

Supermán, el suplemento más leído por nuestros jóvenes. Es que acaso no se puede encauzar la lectura de nuestros adolescentes hacia un tipo más constructivo de lecturas.



CAPITULO VII

INVESTIGACION SOBRE LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE DIFUSION EN UN GRUPO DE ADOLESCENTES ESCOLARES

1.—EL PROBLEMA:

En qué consistió.
Dificultades inherentes.

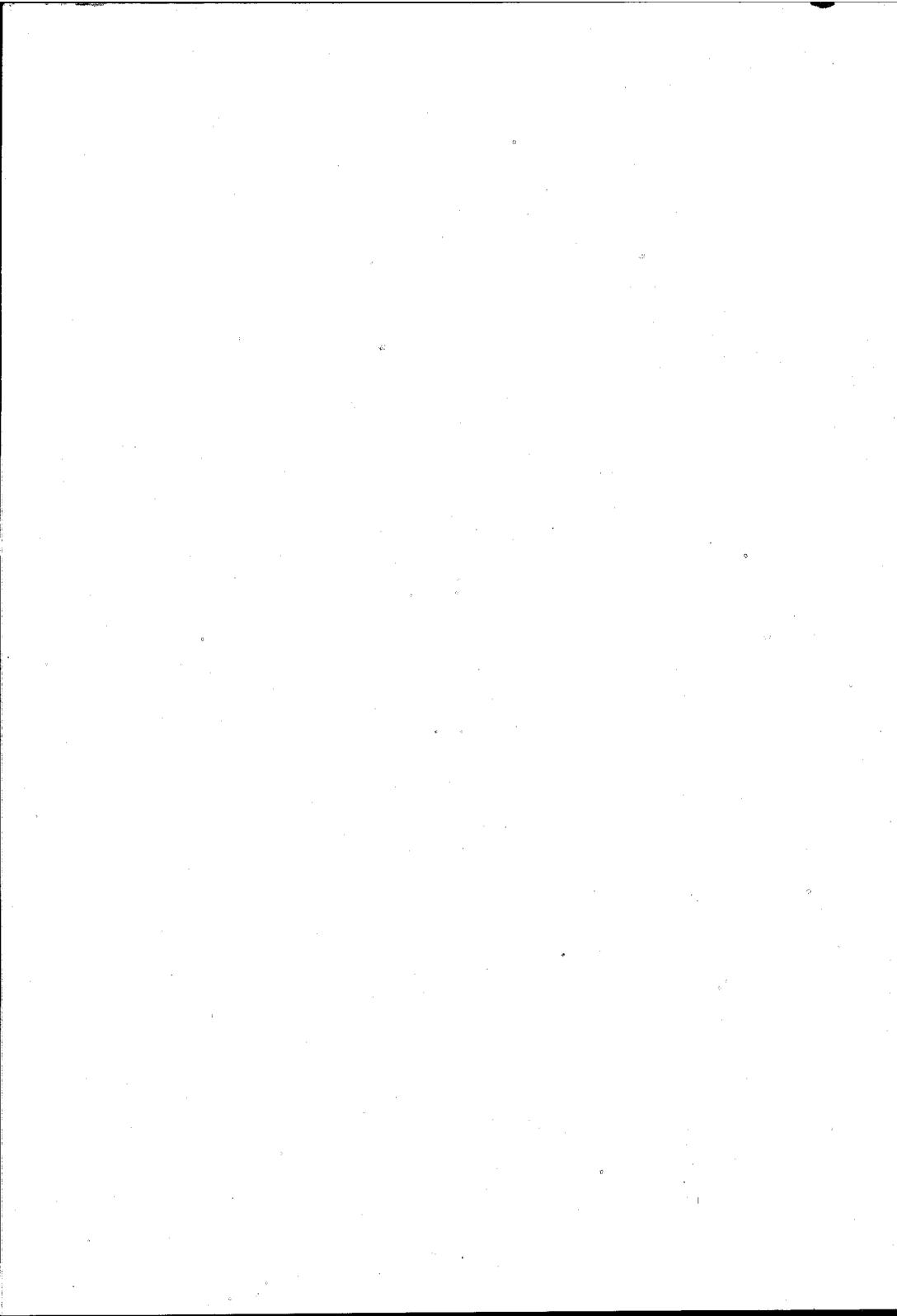
2.—EL METODO:

La encuesta.
Ensayo preliminar.
Cuestionario definitivo.
Justificación de las preguntas.

3.—LOS SUJETOS:

4.—APLICACION.

5.—RESULTADOS.



1.—EL PROBLEMA:

Como ya esbocé en el capítulo II, el problema es de gran amplitud psicosocial, debido a que los factores sociales tienen un importante papel en la estructuración de la formación de la personalidad del individuo. En la realización donde intervengan cualquiera de los medios de difusión presentados en los capítulos III, IV, V y VI encontramos que intervienen tres psiquismos:

- 1.—El psiquismo del productor.
- 2.—El psiquismo que proyecta el realizador.
- 3.—La absorción psicológica del sujeto o sujetos que la reciben.

Bastaría estudiar un solo medio de difusión para obtener un estudio completo y comprobar que todos los medios de difusión están llenos de contenido psíquico.

La hipótesis general fue: En México muchos jóvenes leen la nota roja, novelas sentimentales, crímenes y otro tipo de lectura de ese género, además la prensa resalta en grades titulares los crímenes, asaltos, robos, etc. Los suplementos cómicos embotan el proceso del pensamiento. La forma como son elaborados los programas acortan el progreso cultural y material.

Hipótesis de trabajo:

Para investigar los asuntos antes expuestos, utilicé una encuesta cuyo objeto fue indagar si los medios de difusión (cine, radio, prensa y televisión) deforman o mejoran el lenguaje, pues mis observaciones me hacían pensar que lo deformaban, de la misma manera que modificaban el pensamiento.

Al interrogar a un maestro sobre su opinión en este asunto, me aseguré que los adolescentes no leían los periódicos capitalinos y quise constatarlo.

Otro hecho que me pareció interesante investigar, fue si los adolescentes mexicanos, por factores ambientales, se preocupan solamente por las noticias nacionales y si las revistas instructivas son leídas por ellos.

2.—EL METODO:

El método utilizado en mi investigación fue la encuesta.

La encuesta, que etimológicamente significa buscar, examinar para averiguar algo, y se puede aplicar a todo ramo del saber humano constituye un elemento auxiliar importante en las ciencias sociales.

La Play y sus discípulos utilizaron la encuesta par los estudios monográficos de la familia (encuesta familiar). En los estudios o investigaciones monográficas (encuestas) no chocan con ninguna dificultad, pues cualquiera de ellas da a conocer la tónica dominante en las demás.

a) Motivos por los cuales fue utilizada la encuesta en mi investigación: porque presentan las siguientes ventajas:

1.—Tomando en cuenta la forma como La Play utilizó la encuesta la podemos considerar como un instrumento de trabajo, el cual puede ser aplicado a un gran número de personas, lo que trae como ventaja la ganancia de tiempo, tanto por lo que respecta al examinador como a los sujetos a quienes se les aplica.

2.—Facilita que un solo examinador pueda aplicarla a gran número de personas, evitando así el empleo de muchos examinadores con tal fin.

3.—Puede ser aplicada por cualquier persona, sin la necesidad de personal especializado.

4.—Resulta económica.

Las desventajas que presenta este método son las siguientes:

1.—Siendo la encuesta un método colectivo, no permite investigar profundamente problemas individuales.

2.—Nos proporciona datos para tomarlos en consideración desde el punto de vista colectivo, pero no individual.

He seleccionado el método de la encuesta por considerarlo el más adecuado para el estudio psicosocial.

Ensayo preliminar

Antes de realizar la encuesta definitiva, de la cual más adelante se sacarían los datos para realizar las gráficas que anexo al presente capítulo, a manera de ensayo y para comprobar si la encuesta resultaba operante, fue realizado otro estudio en 20 sujetos, 10 hombres y 10 mujeres. Después de su aplicación fue revisado detenidamente y fue eliminado todo aquello que no se consideró de utilidad para la investigación.

Encuesta definitiva

ENCUESTA

Edad Sexo

Año que cursas

1o.—¿En qué lugar pasas la mayor parte del día?

En la escuela

En la casa

En el parque

En otros lugares

2o.—¿En qué ocupas preferentemente tus horas libres?

Estudio

Trabajo
Me divierto
Juego
Veo amigos(as)

3o.—¿Lees algún tipo de lectura diferente a tus estudios?

Sí
No
No leo

4o.—¿Ves espectáculos?

Sí
No
Algunas veces

5o.—¿Por cuál de estos medios de difusión te enteras primero de las noticias?

Prensa
Radio
Cine
Televisión

6o.—¿Lees algún diario capitalino?

Sí
No
A veces

7o.—¿Qué tipo de noticias te interesan?

Internacionales
Nacionales
Deportivas
Sociales
Científicas
Políticas
Información general
Cómicas
Policíacas

8o.—¿Lees historietas cómicas?

Sí
No

9o.—¿Qué tipo de revistas te gustan?

Crimen

- Sentimentales
- Terror
- Cultura física
- Cómicas
- Policíacas
- Deportivas
- Suspense
- Instructivas
- Otras

10o.—¿Cómo influyó este tipo de lectura. Modificó tu lenguaje?

- Sí
- No

11o.—¿Qué modificación sufrió tu lenguaje?

- Se deformó
- Mejóro
- No sufrió modificación

12o.—¿Cómo influyó este tipo de lectura. Modificó tu pensamiento?

- Sí
- No

13o.—¿Cómo influyó este tipo de lectura. Modificó tu comportamiento?

- Sí
- No
- No sé

14o.—¿Dejaste de estudiar por leer este tipo de lectura?

- Sí
- No

15o.—¿Dejaste de hacer tu tarea por leer este tipo de lectura?

- Sí
- No

16o.—¿Con qué frecuencia vas al cine?

- Una vez a la semana
- Dos veces a la semana
- Una vez al mes
- Dos veces al mes

17o.—¿Qué tipo de películas prefieres?

- Sentimentales

- Cómicas
- Históricas
- Guerra
- Aventuras
- Musicales
- Suspenso
- Intrigas
- Científicas
- Crimen
- Terror
- De todo tipo
- Policíacas

18o.—¿Cómo influyó este tipo de película en el lenguaje?

- Lo deformó
- Lo mejoró
- No influyó

19o.—¿Modificó tu pensamiento este tipo de película?

- Sí
- No
- No sé

20o.—¿Dejaste de estudiar por ver este tipo de película?

- Si
- No

21o.—¿Dejaste de hacer tu tarea por ver este tipo de película?

- Sí
- No

22o.—¿Qué tipo de cine te gusta?

- Americano
- Mexicano
- Europeo

23o.—¿Cómo influyó este tipo de película. Modificó tu lenguaje?

- Sí
- No

24o.—¿Escuchas radio?

- Sí
- No

25o.—¿Qué tipo de programas radiofónicos prefieres?

Música popular
 De todo tipo
 No oigo radio
 Deportivos
 Aventuras
 Música clásica
 Noticias
 Novelas
 Programas científicos
 Culturales
 Musicales
 Suspenso
 Policiacos

26o.—¿Influyó este tipo de programa radiofónico en tu lenguaje?

Sí
 No

27o.—¿Qué modificación sufrió tu lenguaje?

Se deformó
 Mejoró
 No contestó

28o.—¿Modificó tu pensamiento este tipo de programa radiofónico?

Sí
 No

29o.—¿Modificó tu comportamiento este tipo de programa radiofónico?

Sí
 No

30o.—¿Ves televisión?

Sí
 No

31o.—¿Qué tipo de programa de televisión prefieres?

De todo tipo
 Telenovelas
 Cómicas
 Vaqueros
 Policiacas
 Suspenso
 Musicales
 Científicas
 Disneylandia

- Educativa
- Ningún programa
- Deportes
- Noticieros
- Aventuras
- Documentales
- Recreativas

32o.—¿Tratas de ser como él o como ella? (Tu artista predilecto).

- Sí
- No
- No sé

33o.—¿Cómo influyó este tipo de programas de televisión? ¿Modificó tu lenguaje?

- Sí
- No
- No sé

34o.—¿Qué tipo de modificación sufrió tu lenguaje?

- Se deformó
- Se mejoró
- No sufrió modificación

35o.—¿Modificó tu pensamiento este tipo de programa de televisión?

- Sí
- No
- No sé

36o.—¿Modificó tu comportamiento este tipo de programa de televisión?

- Sí
- No
- No sé

37o.—¿Dejaste de estudiar por ver este tipo de programa de televisión?

- Sí
- No

38o.—¿Dejaste de hacer tu tarea por ver programas de televisión?

- Sí
- No

Justificación de las preguntas

La encuesta consta de 38 preguntas: en las preguntas 1, 2 y 3 trato de localizar a los sujetos estudiados durante el día y las actividades que

realizan en sus horas libres y si tienen otras preocupaciones de lectura diferentes a sus estudios, lo que indicará que tratan de ampliar sus conocimientos y por lo tanto, su cultura, pensando que la lectura ayuda al desarrollo del proceso del pensamiento y al enriquecimiento del vocabulario.

Las preguntas 4, 5 y 6 tienen por objeto averiguar si el sujeto ve algún espectáculo y por cual medio se entera de las noticias, así como confirmar en cierta forma por cuál obtiene con facilidad información.

En las preguntas 7, 8 y 9, investigó por cuál tipo de noticias sirve para explorar diversos aspectos de los medios de difusión y su influencia psicológica en él.

En las preguntas 10, 11 y 12 trato de buscar qué tipo de modificación sufre el lenguaje del adolescente y si hay conciencia en él de tales modificaciones. También aquí trato de investigar si la prensa modifica el idioma de los sujetos que leen. A la pregunta 12 le concedo gran importancia porque trato de averiguar si está consciente de que la prensa en general produce modificaciones en el pensamiento de los sujetos y la considero de gran utilidad porque creo que una prensa en la que sus objetivos no son edificantes, transformadores en un plano positivo, nos dará una juventud descarriada y sus metas e ideales serán contrarios a la esperanza que tienen los pueblos en el material humano y joven.

Preguntas 13, 14 y 15. Aquí trato de investigar si los medios masivos de comunicación (la prensa), afectan la conducta de nuestros adolescentes.

En las preguntas 16, 17 y 18 investigo qué porcentaje de adolescentes estudiados van al cine y con qué frecuencia; en la 17 qué tipo de películas prefieren los jóvenes en este período. En la 18 investigo en qué forma influye el cine en el lenguaje. También trato de conocer a fondo si el adolescente tiene el mismo interés por las películas científicas y qué porcentaje de interés muestra.

Preguntas 19, 20 y 21: La pregunta 19 tiene por objeto investigar qué poder tiene en la modificación del pensamiento y si la influencia es mayor o menor que la prensa. Habiendo analizado el capítulo referente al cinematógrafo, quiero exponer que hay una idea o conjuntos de ideas, buenas o malas en este espectáculo, que el productor quiere transmitir al espectador con el objeto de encauzarlo y llevarlo hacia donde quiere, produciendo con ello un impacto en el adolescente que no es un individuo maduro psíquicamente para poder discernir y tomar lo que es conveniente y dejar lo inconveniente y perjudicial. En las preguntas números 20 y 21 trato de saber si el cine es un elemento que distrae tanto al adolescente como para impedirle estudiar y hacer su tarea, lo que traería como consecuencia bajas en su rendimiento escolar si es asiduo espectador al cinematógrafo.

Preguntas 22, 23 y 24. Después de haber analizado en el capítulo III los diferentes tipos de cine, me fue preciso investigar cuál preferían nuestros adolescentes y qué tipo de orientación están recibiendo con esa corriente cinematográfica. Asimismo, como en el medio de difusión anterior, sí modifica el lenguaje, ya que por razones obvias estamos obligados a hablar y escribir correctamente nuestra lengua materna. La pregunta 24 tiene por objeto investigar qué porcentaje de adolescentes oyen radio y poder afirmar o negar si son asiduos radioyentes.

Preguntas 25, 26 y 27. Aquí investigo la preferencia en los diferentes tipos de música, así como el porcentaje de hombres y mujeres aficionados a las novelas, para estudiar posteriormente a qué se debe su preferencia.

Preguntas 28, 29 y 30. Necesitaba investigar cómo influía en el pensamiento este otro medio de difusión de largo alcance social, y si había alguna relación entre la modificación del pensamiento con el sujeto adicto a la radiofonía. En la No. 30 trato de investigar el efecto negativo o positivo de este nuevo aparato que se introduce en los hogares.

Preguntas 31, 32 y 33. Su objeto es conocer si a través de todo medio de difusión el sujeto adolescente estudiado en estos casos, oye, ve y lee el mismo tipo de programa, lo que nos llevaría a conclusiones interesantes para una futura investigación más profunda.

3.—LOS SUJETOS:

Fueron tomadas al azar 10 escuelas de 168 Secundarias que presentaban las siguientes modalidades:

- a) Los alumnos pertenecen a ambos sexos.
- b) Están situadas en el área del Distrito Federal de la Ciudad de México.
- c) Todas las escuelas seleccionadas son oficiales.
- d) Los sujetos investigados están comprendidos entre los 13 y los 17 años de edad.
- e) La situación socioeconómica a la que pertenecen es la clase media.

4.—APLICACION

Características de la aplicación de la encuesta.

Para la elaboración de la encuesta que realicé personalmente, traté de centrar mi estudio atendiendo al estímulo, a su interés por dicho estímulo, a la reacción del sujeto, a la comprensión y al gusto.

La encuesta fue aplicada colectivamente, me presenté al salón donde se encontraban los sujetos, expliqué de una manera clara y sencilla de lo que se trataba y los jóvenes de inmediato realizaron el trabajo.

La aplicación en todas las 10 escuelas fue realizada por la autora.

Actitud de los sujetos:

Su actitud fue de colaboración y camaradería, la mayoría mostró interés sobre el asunto. No solamente los alumnos se mostraron interesados en tales estudios, sino también los maestros de las diferentes instituciones.

Reacciones y opiniones posteriores a la aplicación:

Una muestra de las opiniones recogidas, verbalmente de los sujetos a los que se les aplicó la prueba es la siguiente:

1. Realmente la mayoría de los medios de difusión no ayudan a

**ESTUDIO REALIZADO SOBRE LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS
DE DIFUSION EN UN GRUPO DE ADOLESCENTES
ESTUDIANTES DE SECUNDARIA**

ESCOLARIDAD	EDAD	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Primer año	13	8	10	18
	14	15	15	30
	15	—	—	—
	16	—	—	—
	17	—	—	—
Segundo año	13	—	—	—
	14	—	—	—
	15	10	10	20
	16	—	—	—
	17	—	—	—
Tercer año	13	—	—	—
	14	—	—	—
	15	—	—	—
	16	8	9	17
	17	9	6	15
Total:		50	50	100

los hombres a ser mejores.

2. Los medios de difusión nos enseñan que con una televisión, un carro y una piel se consigue la felicidad.

3. La televisión tiene programas buenos, pero una gran parte de ellos no sirven y no estimulan a los jóvenes para que sean mejores.

4. La prensa es muy morbosa, solo trae crímenes y robos.

5. Las películas de vaqueros no tienen nada de educativo, "**pero son padres**".

6. **La revista Alarma** es una colección de desastres, robos, muertes y asesinatos.

El cuadro de la investigación — Análisis por preguntas

En la pregunta 1 encontramos un porcentaje de 50% de hombres y 70% de mujeres que responden a la misma, expresando que pasan la mayor parte del día en la escuela, cuestión que no presenta ningún problema.

La pregunta 2, nos indica que nuestros adolescentes estudiados pasan la mayor parte del tiempo libre estudiando y trabajando, pero no lo demuestra así el porcentaje, aunque parece ser que la mujer dedica más tiempo al estudio, pues nos da un 70%, mientras que los hombres un 50%, lo que podríamos concluir que quizás debido a la época en que vivimos y a la necesidad de la incorporación de la mujer a la vida activa social, ésta trate de estudiar más para alcanzar nuevas metas sociales.

Pregunta 3, encontramos que un porcentaje bastante alto lee cierto tipo de lectura diferente a sus estudios, conservando siempre la mujer adolescente el porcentaje más alto, lo que nos hace pensar en la conclu-

sión de la pregunta anterior, acerca de la necesidad que siente la mujer de nuestros tiempos de una mayor preparación cultural y profesional.

ESTUDIO REALIZADO SOBRE LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE DIFUSION EN UN GRUPO DE ADOLESCENTES

EDAD	HOMBRES	%	MUJERES	%	TOTAL
13	8	16%	10	20%	18
14	15	30%	15	30%	30
15	10	20%	10	20%	20
16	8	16%	9	18%	17
17	9	18%	6	12%	15
Total	50	100%	50	100%	100

Pregunta 4, podemos concluir de una manera categórica, primero por los porcentajes y después por la observación de la vida cotidiana, que todos los jóvenes en edad adolescente ven algún espectáculo y que esto tiene influencia positiva o negativa en la estructuración de su personalidad.

Pregunta 5, encontramos que en ambos sexos la prensa ocupa el primer lugar como medio de difusión para enterarse primero de las noticias, y la radio el segundo, mientras que el cine tiene un porcentaje negativo, o sea que no es un medio rápido para transmitir noticias; de igual manera sucede con la televisión, por lo cual podemos concluir que la prensa y la radio los principales medios de divulgación de noticias.

La número 6, es una pregunta control, debido a que en la encuesta resultó que el 58% de hombres y el 50% de mujeres se enteraban de las noticias primero por la prensa y en esta última pregunta tenemos que el 84% de hombres y 86% de mujeres afirman que leen los periódicos, por lo cual se puede asegurar que los adolescentes estudiados por mí, leen diarios capitalinos.

Pregunta 7, encontramos que un 18% de hombres adolescentes tiene interés por las noticias internacionales, mientras que las jóvenes adolescentes muestran mayor interés por las nacionales. Las noticias deportivas ocupan un gran porcentaje en los intereses de los varones; pero con tristeza nos enteramos que en las noticias científicas y de interés generales por porcentajes son bastante bajos. En esta investigación encontramos que la joven adolescente tiene un porcentaje bastante alto en comparación con el varón.

La pregunta 8 nos indica que la generalidad de los adolescentes leen revistas cómicas, pues los porcentajes en ambos sexos son altos (82% en hombres y 78% en mujeres).

Pregunta 9, los adolescentes estudiados en este caso muestran su mayor interés por las revistas de crímenes, las sentimentales, las de terror y las cómicas, presentando estas últimas los mayores porcentajes. Nuevamente encontramos aquí que las revistas instructivas tienen porcentajes demasiado bajos, mientras que las cómicas los presentan altos.

En las preguntas 10, 11 y 12, encontramos que un 50% de hombres y un 52% de mujeres afirman que hay modificaciones en su lenguaje.

En la pregunta 11 se reafirma este hecho, cuando un 40% de adolescentes varones aseguran que deformó su lenguaje y un 24% de mujeres también lo afirma, por lo que podemos decir que los adolescentes estudiados en esta encuesta, tenían conciencia de sus modificaciones y por lo menos así lo expresaron. Asimismo podemos estar seguros de que la prensa ejerce modificaciones en el idioma del sujeto que lee. En la pregunta 12 es de gran importancia el estar conscientes de que la prensa en general produce modificaciones en el pensamiento de nuestros jóvenes y esto nos lo demuestra el 58% de hombres y 60% de mujeres que afirman que sí las hay. Esto es de gran utilidad porque una prensa donde sus objetivos no sean edificantes, transformadores en un plano positivo, nos dará una juventud descarriada y sus metas e ideales serán contrarios a la esperanza que tienen los pueblos en el material humano joven.

Preguntas 13, 14 y 15: Parece ser que la conducta de nuestros jóvenes adolescentes se encuentra afectada por este medio masivo de comunicación que es la prensa, esto lo confirma la computación de las respuestas que nos da un 50% de hombres y un 50% de mujeres que afirman que sí sufrió modificación su comportamiento. Por lo que respecta a las preguntas 14 y 15 nos dieron un porcentaje de respuestas tan bajo que no considero de importancia hacer algún comentario.

En las preguntas 16, 17 y 18 tenemos porcentajes de gran interés: por lo que respecta a la 16, podemos afirmar que el 52% de hombres y 58% de mujeres van al cine una vez a la semana, lo que nos da un total de cuatro veces al mes. Encontramos un porcentaje elevado de 16% en hombres y 34% de mujeres que les gustan las películas sentimentales, y las guerreras tienen el mismo porcentaje de 12% para hombres y mujeres. Esto nos indica la necesidad que tiene el adolescente de sufrir emociones. Al mismo tiempo, vemos con tristeza que las cintas científicas e históricas en jóvenes estudiantes de secundaria, ocupan un porcentaje muy bajo. Esto quizás sea debido en primer lugar, al hecho de que los productores no le dan importancia y el empuje que éstas necesitan, pues en el lenguaje cinematográfico no son "taquilleras" y lo que más les interesa a dichos productores es la cantidad de millones que se pueden sacar y no la moral y la cultura del pueblo, aunque más tarde ellos mismos sufran la terrible consecuencia y en segundo lugar, por la convicción de los productores de que hay que darle al pueblo lo que le gusta, como si el pueblo no tuviera la capacidad para ser educado y transformado en gustos y valores.

Realmente uno de los problemas que sufre nuestra juventud es la falta de orientación y de ideales que nos dan los medios de difusión y que actúan como medios externos que influyen en la personalidad de nuestros adolescentes.

Por los porcentajes resumidos, parece ser que la influencia en la modificación del lenguaje por medio del cine, es menor que a través de la prensa, aun cuando el resultado haya sido un 46% en hombres y 24% en mujeres que lo consideran deformado y por otro lado un 56% en hombres y un 76% en mujeres que afirman su mejoramiento.

Preguntas 19, 20 y 21: En la pregunta 19 el porcentaje aparece alto, pues el 56% de hombres y 72% de mujeres nos indica que las películas tienen un gran poder en la modificación del pensamiento, más que la prensa, si confrontamos los porcentajes finales.

El hecho de que el 20% de hombres y el 36% de mujeres afirman dejar de estudiar por ver películas, nos indica que el cine distrae la atención de los adolescentes en la realización de sus obligaciones, además de no ayudarlos como estudiantes a aumentar sus conocimientos.

Preguntas 22, 23 y 24. Después de haber analizado en el capítulo III los diferentes tipos de cine, encontramos el mayor porcentaje de gusto por el cine en el americano. Pensando en el análisis hecho en dicho capítulo, encontramos que la educación que le proporciona el cine al adolescente es netamente mercantilista, no le presenta problemas del hombre, además de que no le da ideales por los que podría luchar; por consiguiente, formamos hombres huecos, sin espíritu de lucha y en definitiva hombres mediocres. Entonces, nos hacemos esta pregunta: "¿Qué esperanzas tiene una sociedad con este tipo de componentes? ¿Seguir sumidos en la miseria y en el analfabetismo y poder explotarlos con mayor facilidad?".

La modificación del lenguaje a través de este medio, también se verifica con porcentajes tan altos como en la prensa.

Las respuestas a la pregunta 24 nos ayudan a afirmar que los jóvenes adolescentes en un porcentaje de 96 en hombres y mujeres oyen radio.

Preguntas 25, 26 y 27. En la número 25 se nos indica que el mayor porcentaje lo obtuvieron las preferencias por la música popular que poco o nada tiene de artístico. En lo referente a las novelas, tenemos un porcentaje de 18% en mujeres, con lo que podríamos interpretar que las novelas satisfacen psicológicamente muchas necesidades que la adolescente, por razón de estructura social, no podría satisfacer con un acto volitivo. También encontramos de nuevo en este medio, que la preferencia de los adolescentes por los programas científicos y culturales, es sumamente baja. La influencia en el lenguaje también es bastante elevada y casi comparable con los dos medios analizados anteriormente, además se afirma que un 76% de hombres y 20% de mujeres mejoraron su lenguaje, lo cual es bastante halagador en este aspecto.

Preguntas 28, 29 y 30. La pregunta 28 nos da respuestas afirmativas en 50% de hombres y 53% de mujeres cerca de la modificación del pensamiento, con lo que podemos deducir que si este medio manejara bien sus ideas, el resultado positivo de nuestra juventud sería halagador para los pueblos que tienen toda su esperanza cifrada en una sociedad mejor.

La conducta expresada en la pregunta 29 como comportamiento, también sufre modificaciones en un 50% en hombres y 48% en mujeres. Por la número 30, nos enteramos que el porcentaje que ve televisión es alto, y ello lo demuestra la cifra de 94% en hombres y 28% en mujeres. La televisión es otro elemento que se introduce y que afecta positiva o negativamente a nuestros jóvenes adolescentes estudiados.

Preguntas 31, 32 y 33. Al igual que en las novelas radiofónicas, encontramos un porcentaje de 30 en las mujeres que son asiduas televidentes de este tipo de programas y en los hombres las películas de vaqueros ocupan un 14%, mientras se continúa un porcentaje casi nulo en los programas científicos y educativos. En la pregunta 32, tratamos de averiguar si los adolescentes se identifican con los artistas, hallando un porcentaje de 28 en hombres adolescentes, lo que nos indica que su psiquismo está menos dispuesto a buscar la identificación con otras personas.

En la pregunta 33, los adolescentes aceptan la modificación del lenguaje pensar que es más moldeable a los estímulos externos. En la mujer nos da un porcentaje más elevado, de 35, lo que nos ayuda en un porcentaje casi igual a los otros medios estudiados y un porcentaje muy pequeño, del 4%, no pudo expresar si sentía tal modificación, aun cuando esta pregunta se encuentra controlada en la número 34.

Preguntas 34, 35 y 36. En la número 34, un porcentaje de respuestas de 35% de hombres y 20% de mujeres afirman que deformó su lenguaje, mientras que un 76% de hombres y 60% de mujeres reconocen o por lo menos así lo expresan, que lo mejoró. El hecho de no contestar equivale a no tener conciencia si hubo alguna modificación.

La número 35 nos da también un porcentaje alto de la modificación de pensamiento y los resultados de la 36 son paralelos, por lo que sacamos en conclusión que al modificar el pensamiento de nuestros adolescentes, automáticamente se modifica su conducta, quizá sin percibirlo a simple vista, el propio adolescente.

En lo tocante a las preguntas 37 y 38, podemos afirmar, por los porcentajes obtenidos, que la televisión perturba la realización del estudio de los adolescentes porque descuidan sus obligaciones escolares por ver espectáculos televisados.

Analizando los estudios realizados, puedo decir lo siguiente:

1o. La mujer adolescente en mi estudio tiene mayor porcentaje en la lectura de la nota roja mientras que el porcentaje de hombres adolescentes es nulo, esto lo podemos explicar de la siguiente manera: la mujer está más coartada por la sociedad que el hombre a ella se le restringe más y esto hace que presente una conducta hipócrita a la vista de las personas; no lee revistas o noticias pornográficas pero sí lo hace en su cuarto, a solas, añadiéndose la curiosidad sexual normal muy propia de la edad.

2o. La prensa ocupa el primer lugar por los cuales los adolescentes se enteran de las noticias.

3o. A los hombres adolescentes le interesa más las noticias internacionales, las mujeres parece interesarles más los asuntos nacionales y así lo demuestra su porcentaje.

4o. El lenguaje se encuentra afectado en casi todos los 4 medios de difusión, lo que nos indica que podemos afirmar que estos medios modifican bien o mal el lenguaje de nuestros adolescentes estudiados.

5o. Observe también que el pensamiento, y comportamiento y lenguaje se encuentran más modificado en la mujer que en el hombre adolescente por lo que considero por razones de estructura social que la mujer es más receptiva y pasiva que el hombre, por lo tanto pienso que estos factores educativos, buenos o malos la afectan más que al hombre.

**ESTUDIO REALIZADO SOBRE LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS
DE DIFUSION EN UN GRUPO DE ADOLESCENTES**

1c. ¿EN QUE LUGAR PASAS LA MAYOR PARTE DEL DIA?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Escuela	25	35	50	70
Casa	25	50	50	30
Parque	—	—	—	—
Dos o más lugares	—	—	—	—
Otros lugares	—	—	—	—
Total de casos estudiados	50	50	100	100%

2c. ¿EN QUE OCUPAS PREFERENTEMENTE TUS HORAS LIBRES?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Estudio	25	35	50	70
Trabajo	5	4	10	8
Me divierto	8	6	16	12
Juego	5	4	10	8
Veo amigos(as)	7	1	14	2
Total	50	50	100	100%

3c. ¿LEES ALGUN TIPO DE LECTURA DIFERENTE A TUS ESTUDIOS?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	33	33	66	76
No	12	11	24	22
No contesté	4	1	8	2
No leo	1	—	2	—
Total	50	50	100	100%

4c. ¿VES ALGUN ESPECTACULO?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	30	35	60	70
No	7	5	14	10
No contestó	9	10	18	20
Algunas veces	4	—	8	—
Total	50	50	100	100%

5o. ¿POR CUAL DE ESTOS MEDIOS DE DIFUSION TE ENTERAS PRIMERO DE LAS NOTICIAS?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Prensa	29	25	58	50
Radio	15	24	30	58
Cine	—	—	—	—
Televisión	6	1	12	2
Total	50	50	100	100%

6o. ¿LEES ALGUN DIARIO CAPITALINO?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	42	43	84	86
No	7	6	14	12
A veces	1	1	2	2
Total	50	50	100	100%

7o. ¿QUE TIPO DE NOTICIAS TE INTERESAN?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Internacionales	9	7	18	14
Nacionales	8	9	16	18
Deportivas	8	9	16	18
Sociales	3	5	6	10
Científicas	1	1	2	2
Políticas	4	5	8	10
Información General	1	2	2	4
Cómicas	2	4	2	8
Nota Roja	—	7	—	14
No contestó	12	1	24	2
Policíacas	3	—	6	—
Total	50	50	100	100%

8o. ¿LEES HISTORIETAS COMICAS?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	41	39	82	78
No	6	9	12	18
No contestó	3	2	6	4
Total	50	50	100	100%

9o. ¿QUE TIPO DE REVISTAS TE GUSTAN?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Crimen	8	10	16	20
Sentimentales	3	20	6	40
Terror	3	5	6	10
Cultura física	8	2	16	4
Cómicas	13	10	26	20
Policíacas	1	—	2	—
Deportivas	11	1	22	2
Suspense	1	1	2	2
Instructivas	2	1	4	2
Otras	—	—	—	—
Total	50	50	100	100%

10o. ¿COMO INFLUYO ESTE TIPO DE LECTURA? ¿MODIFICO TU LENGUAJE?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	25	26	50	52
No	22	23	44	46
No contestó	3	1	6	2
Total	50	50	100	100%

11o. ¿QUE MODIFICACION SUFRIO EL LENGUAJE?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Se deformó	20	12	40	24
Mejóro	25	26	50	52
No sufrió modificación	3	7	6	14
No contestó	2	5	4	10
Total	50	50	100	100%

12o. ¿COMO INFLUYO ESTE TIPO DE LECTURA? ¿MODIFICO TU PENSAMIENTO?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	24	30	48	60
No	21	14	42	28
No contestó	5	6	10	12
Total	50	50	100	100%

13o. ¿COMO INFLUYO ESTE TIPO DE LECTURA? ¿MODIFICO TU COMPORTAMIENTO?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	25	25	50	50
No	15	22	30	44
No sé	5	2	10	4
No contestó	5	1	10	2
Total	50	50	100	100%

14o. ¿DEJASTE DE ESTUDIAR POR LEER ESTE TIPO DE LECTURA?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	15	10	30	20
No	33	40	66	80
No contestó	2	—	4	—
Total	50	50	100	100%

15o. ¿DEJASTE DE HACER TU TAREA POR LEER ESTE TIPO DE LECTURA?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	11	10	22	20
No	36	38	72	76
No contestó	3	2	6	4
Total	50	50	100	100%

16o. ¿CON QUE FRECUENCIA VAS AL CINE?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Una vez a la semana	26	29	52	58
Dos veces a la semana	20	12	40	24
No va	2	4	4	8
Una vez al mes	1	3	2	6
Dos veces al mes	1	2	2	4
Total	50	50	100	100%

17o. ¿QUE TIPO DE PELICULA PREFERES?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sentimentales	8	17	16	34
Cómicas	10	9	20	18
Históricas	4	2	8	4
Guerras	6	6	12	12
Aventuras	2	2	4	4
Musicales	1	3	2	6
Suspense	5	3	10	6
Intrigas	1	2	2	4
Científicas	1	1	2	2
Crimen	3	—	6	—
Terror	2	—	4	—
De todo tipo	3	5	6	10
Películas	4	—	8	10
Total	50	50	100	100%

18o. ¿COMO INFLUYO ESTE TIPO DE PELICULA EN EL LENGUAJE?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Lo deformó	23	12	46	24
Lo mejoró	26	38	52	76
No influyó	1	—	2	—
Total	50	50	100	100%

19o. ¿MODIFICO TU PENSAMIENTO ESTE TIPO DE PELICULA?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	28	36	56	72
No	22	10	44	20
No sé	—	2	—	4
No contestó	—	2	—	4
Total	50	50	100	100%

20o. ¿DEJASTE DE ESTUDIAR POR VER ESTE TIPO DE PELICULA?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	10	18	20	36
No	40	32	80	64
Total	50	50	100	100%

21o. ¿DEJASTE DE HACER TU TAREA POR VER ESTE TIPO DE PELICULA?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	10	6	20	12
No	40	44	80	88
Total	50	50	100	100%

22o. ¿QUE TIPO DE CINE TE GUSTA MAS?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Americano	27	31	54	62
Mexicano	10	12	20	24
Europeo	12	6	24	12
No contestó	1	1	2	2
Total	50	50	100	100%

23o. ¿COMO INFLUYO ESTE TIPO DE PELICULA? ¿MODIFICO TU LENGUAJE?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	26	24	52	48
No	23	24	46	48
No contestó	1	2	2	4
Total	50	50	100	100%

24o. ¿ESCUCHAS RADIO?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	48	48	96	96
No	2	2	4	4
Total	50	50	100	100%

25o. ¿QUE TIPO DE PROGRAMA RADIOFONICO PREFIERES?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Música popular	28	13	56	26
De todo tipo	3	1	6	2
No oigo radio	2	2	4	4
Deportivos	5	2	10	4
Aventuras	3	5	6	10

Música Clásica	2	2	4	4
Noticias	1	1	2	2
Novelas	1	9	2	18
Programas científicos	1	1	2	2
Culturales	2	3	4	6
Musicales	2	7	4	14
Suspense	—	2	—	4
Policíacos	—	2	—	4
Total	50	50	100	100%

26o. ¿INFLUYO ESTE TIPO DE PROGRAMA RADIOFONICO EN TU LENGUAJE?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	30	25	60	50
No	18	19	36	38
No contestó	2	6	4	12
Total	50	50	100	100%

27o. ¿QUE MODIFICACION SUFRIO TU LENGUAJE?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Se deformó	10	10	20	20
Mejóro	38	25	76	50
No sufrió modificación	—	5	—	10
No contestó	2	10	4	20
Total	50	50	100	100%

28o. ¿MODIFICO TU PENSAMIENTO ESTE TIPO DE PROGRAMA RADIOFONICO?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	25	25	50	50
No	25	21	50	42
No contestó	—	4	—	8
Total	50	50	100	100%

29o. ¿MODIFICO TU COMPORTAMIENTO ESTE TIPO DE PROGRAMA RADIOFONICO?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	25	24	50	48

No	25	25	50	50
No contestó	—	1	—	2
Total	50	50	100	100%

30c. ¿VES TELEVISION?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	47	41	94	82
No	3	8	6	16
No contestó	—	1	—	2
Total	50	50	100	100%

31c. ¿QUE TIPO DE PROGRAMA DE TELEVISION PREFIERES?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
De todo tipo	3	4	6	8
Telenovelas	1	15	2	30
Cómicas	7	6	14	12
Vaqueros	4	2	8	4
Folicíacas	11	8	22	16
Suspense	3	3	6	6
Musicales	3	1	6	2
Científicas	—	1	—	2
Disneylandia	4	1	8	2
Educativo	1	1	2	2
Ningún programa	2	1	4	2
Deportes	1	1	2	2
Noticieros	1	1	2	2
Aventuras	5	1	10	2
Documentales	2	2	4	4
Recreativos	2	2	4	4
Total	50	50	100	100%

32c. ¿TRATAS DE SER COMO EL O COMO ELLA? (TU ARTISTA PREFERIDO?)

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	14	18	28	36
No	32	30	64	60
No sé	4	2	8	4
Total	50	50	100	100%

**33o. ¿COMO INFLUYO ESTE TIPO DE PROGRAMA DE TELEVISION?
¿MODIFICO TU LENGUAJE?**

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	18	23	36	46
No	30	25	60	50
No sé	2	2	4	4
Total	50	50	100	100%

34o. ¿QUE TIPO DE MODIFICACION SUFRIO TU LENGUAJE?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Deformó	12	10	24	20
Mejó	23	30	46	60
No sufrió modificación	7	5	14	10
No contestó	8	5	16	10
Total	50	50	100	100%

35o. ¿MODIFICO TU PENSAMIENTO ESTE TIPO DE PROGRAMA DE TELEVISION?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	20	26	40	52
No	25	19	50	38
No sé	5	5	10	10
Total	50	50	100	100%

36o. ¿MODIFICO TU COMPORTAMIENTO ESTE TIPO DE PROGRAMA DE TELEVISION?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	17	25	34	50
No	28	20	56	40
No sé	5	5	10	10
Total	50	50	100	100%

37o. ¿DEJASTE DE ESTUDIAR POR VER ESTE TIPO DE PROGRAMA DE TELEVISION?

RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	13	19	26	38

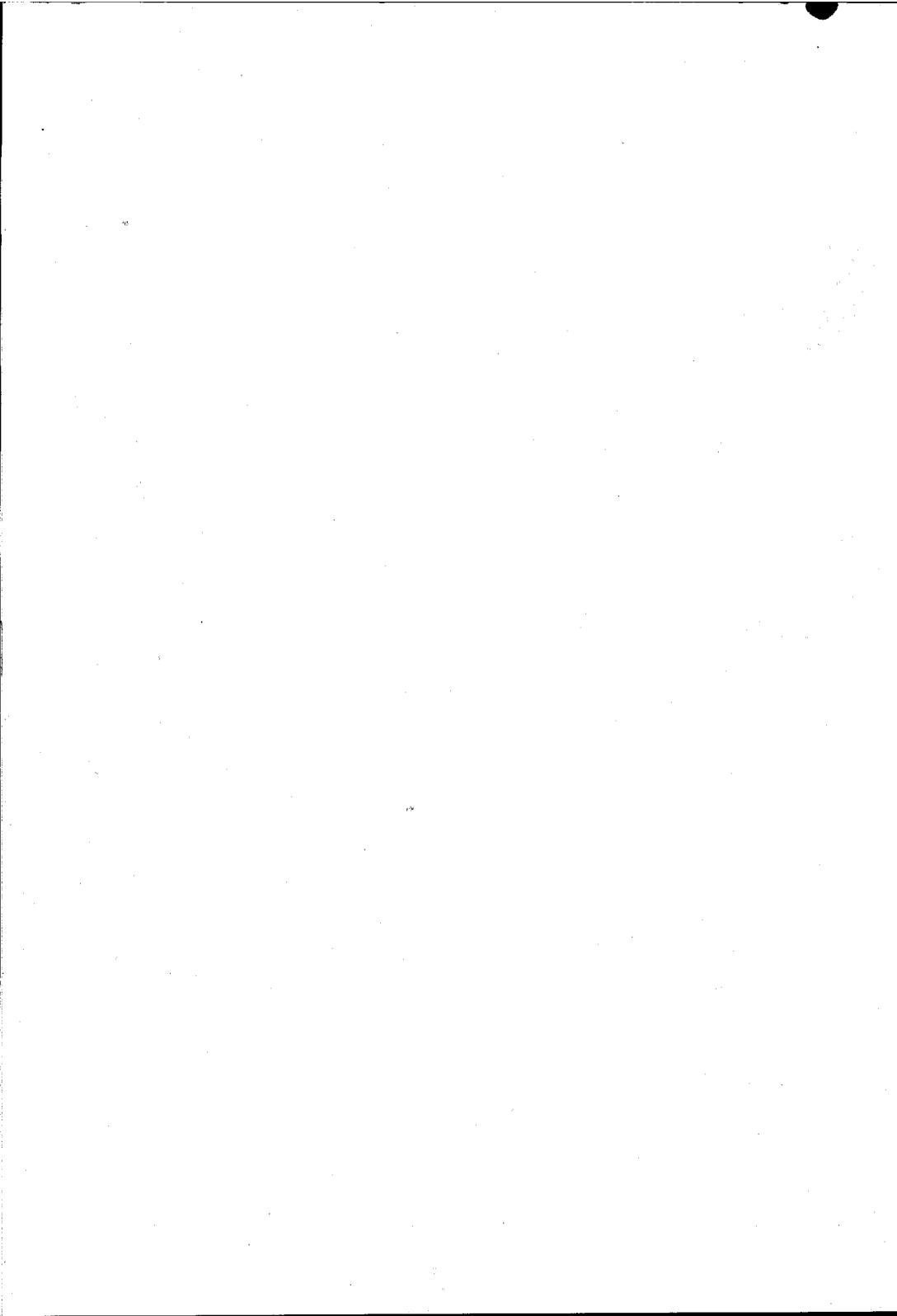
No	36	30	72	60
No contestó	1	1	2	2
Total	50	50	100	100%

38o. ¿DEJASTE DE HACER TU TAREA POR VER PROGRAMAS DE TELEVISION?

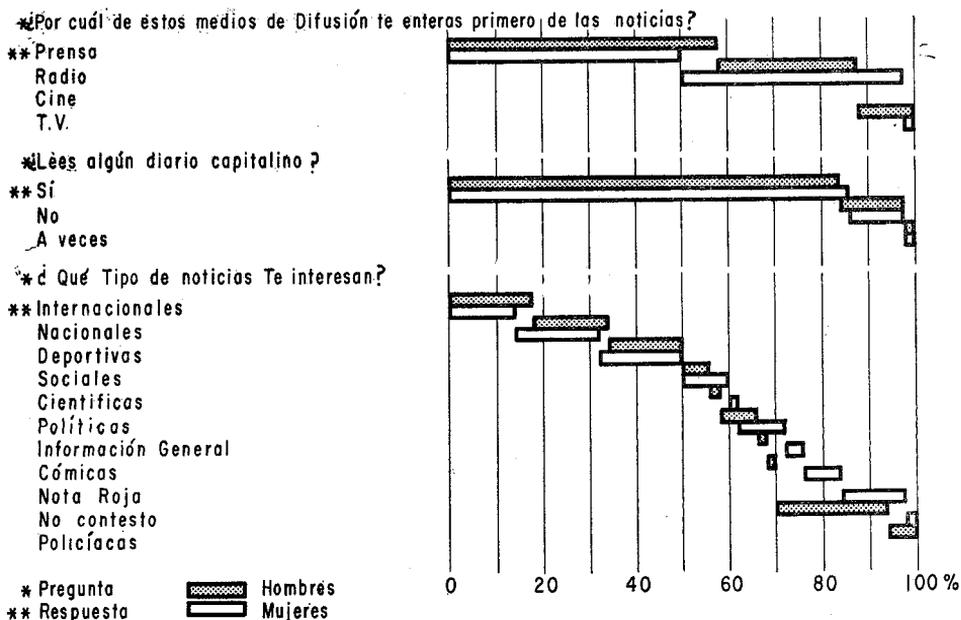
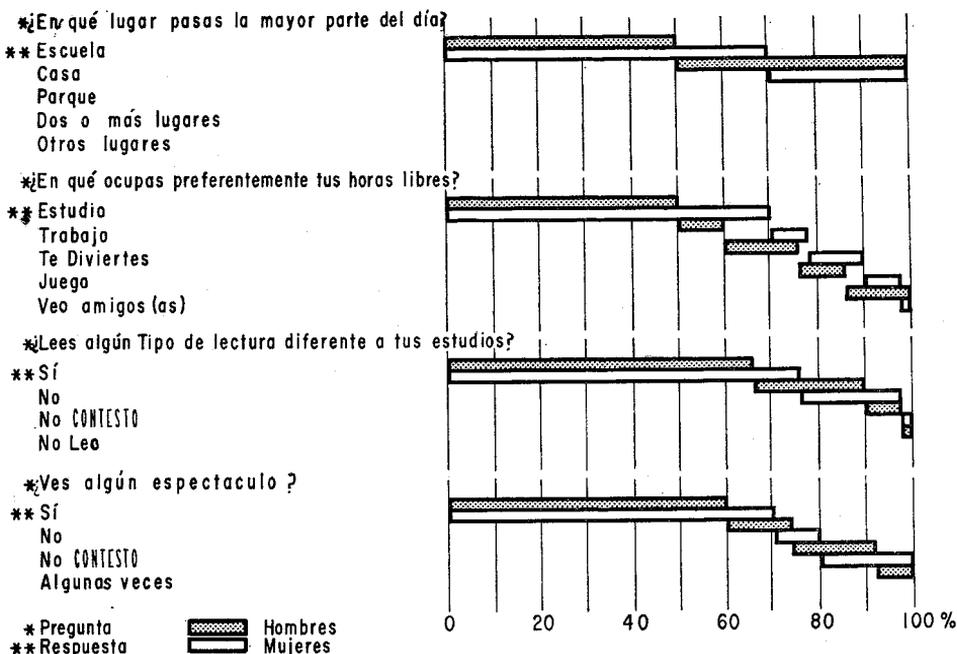
RESPUESTA	NUMERO DE CASOS		PORCENTAJE	
	H	M	H	M
Sí	14	18	28	36
No	33	31	66	62
No contestó	3	1	6	2
Total	50	50	100	100%

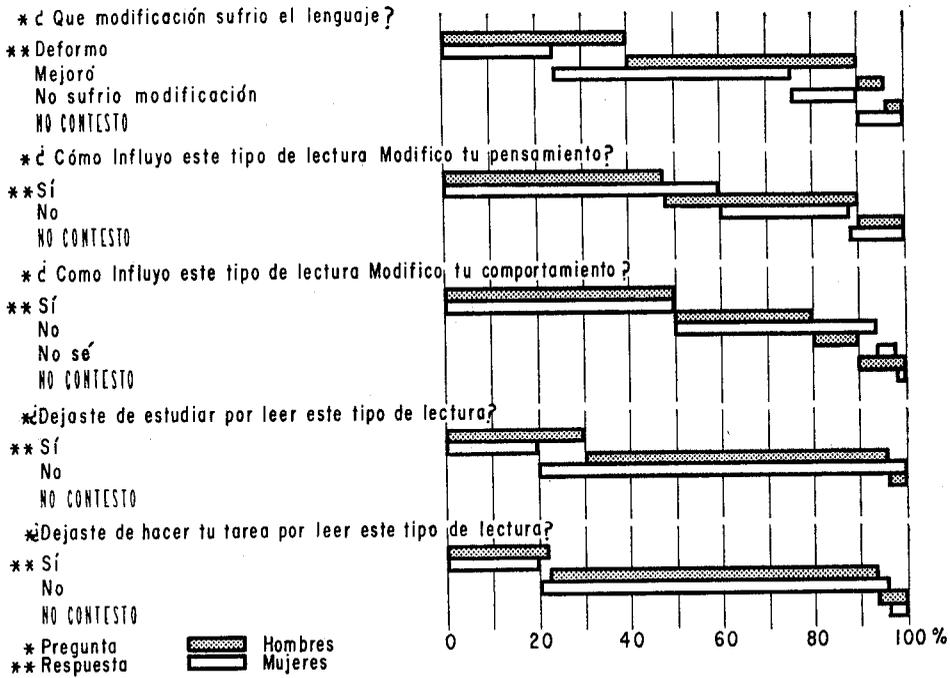
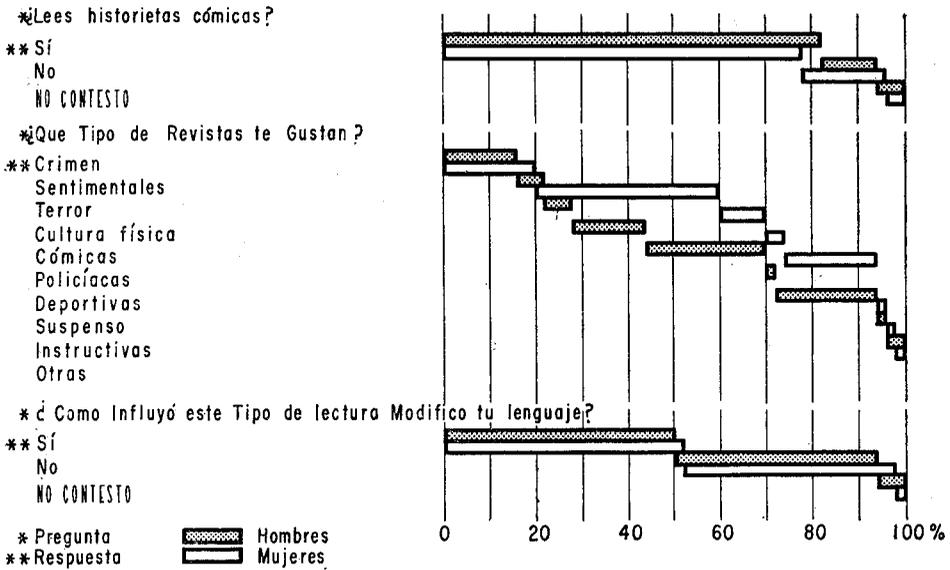
BIBLIOGRAFIA

Ánuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos, 1960-1961.



ESTUDIO REALIZADO EN UN GRUPO DE ADOLESCENTES ESTUDIANTES DE SECUNDARIA





(1) ¿CUANTAS VECES A LA SEMANA VAS AL CINE?

- (2) 1
2
NO VA
1 VEZ AL MES
2 VECES AL MES

(1) ¿QUE TIPO DE PELICULA PREFIERES?

- (2) SENTIMENTALES
COMICAS
HISTORICAS
GUERRAS
AVENTURAS
MUSICALES
SUSPENSO
INTRICAS
CIENTIFICAS
CRIMEN
TERROR
DE TODO TIPO
POLICIACAS

(1) ¿COMO INFLUYO ESTE TIPO DE PELICULA EN EL LENGUAJE?

- (2) DEFORMO
MEJORO
NO CONTESTO

(1) PREGUNTA
(2) RESPUESTA

■ HOMBRES
□ MUJERES



(1) ¿MODIFICO TU PENSAMIENTO ESTE TIPO DE PELICULA?

- (2) SI
NO
NO SE
NO CONTESTO

(1) ¿DEJASTE DE ESTUDIAR POR VER ESTE TIPO DE PELICULA?

- (2) SI
NO

(1) ¿DEJASTE DE HACER TU TAREA POR VER ESTE TIPO DE PELICULA?

- (2) SI
NO

(1) ¿QUE TIPO DE CINE TE COSTA MAS?

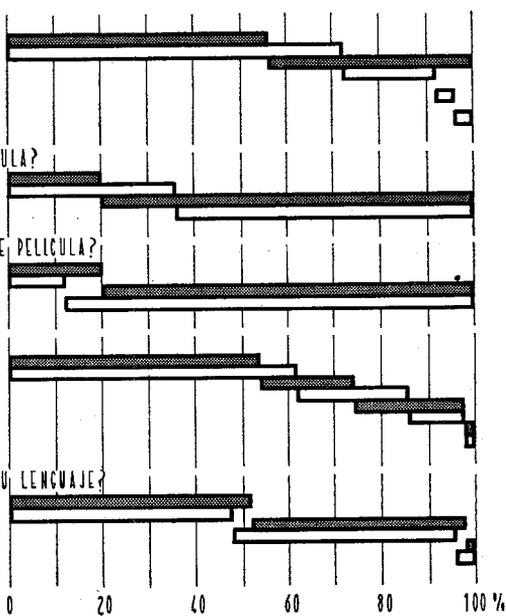
- (2) AMERICANO
MEXICANO
EUROPEO
NO CONTESTO

(1) ¿COMO INFLUYO ESTE TIPO DE PELICULA MODIFICO TU LENGUAJE?

- (2) SI
NO
NO CONTESTO

(1) PREGUNTA
(2) RESPUESTA

■ HOMBRES
□ MUJERES



(1) ¿ESCUCHAS RADIO ?

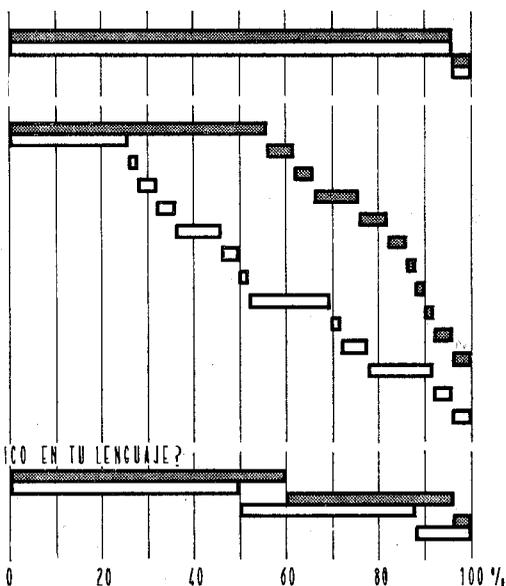
(2) SI
NO

(1) ¿QUE TIPO DE PROGRAMA RADIOFONICO PREFIERES ?

(2) MUSICA POPULAR
DE TODO TIPO
NO OYEN
DEPORTIVOS
AVENTURAS
MUSICA CLASICA
NOTICIAS
NOVELAS
PROGRAMAS CIENTIFICOS
CULTURALES
MUSICALES
SUSPENSO
POLICIACOS

(1) ¿COMO INFLUYO ESTE TIPO DE PROGRAMA RADIOFONICO EN TU LENGUAJE ?

(2) SI
NO
NO CONTESTO



(1) PREGUNTA ■ HOMBRES
(2) RESPUESTA □ MUJERES

(1) ¿QUE TIPO DE PROGRAMA DE TELEVISION PREFIERES ?

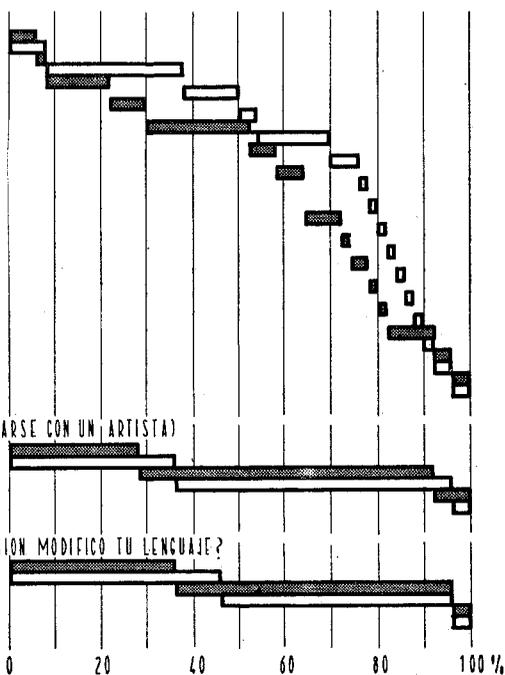
(2) DE TODO TIPO
TELENOVELAS
COMICAS
VAQUEROS
POLICIACAS
SUSPENSO
MUSICALES
CIENTIFICAS
DISNEYLANDIA
EDUCATIVO
NINGUN PROGRAMA
DEPORTES
NOTICIEROS
AVENTURAS
DOCUMENTALES
RECREATIVOS

(1) ¿TRATAS DE SER COMO EL O COMO ELLA? (IDENTIFICARSE CON UN ARTISTA)

(2) SI
NO
NO SE

(1) ¿COMO INFLUYO ESTE TIPO DE PROGRAMA DE TELEVISION MODIFICO TU LENGUAJE ?

(2) SI
NO
NO SE



(1) PREGUNTA ■ HOMBRES
(2) RESPUESTA □ MUJERES

(1) ¿QUE MODIFICACION SUFRIO TU LENGUAJE?

- (2) DEFORMO
MEJORO
NO SUFRIO MODIFICACION
NO CONTESTO

(1) ¿MODIFICO TU PENSAMIENTO ESTE TIPO DE PROGRAMA RADIOFONICO?

- (2) SI
NO
NO CONTESTO

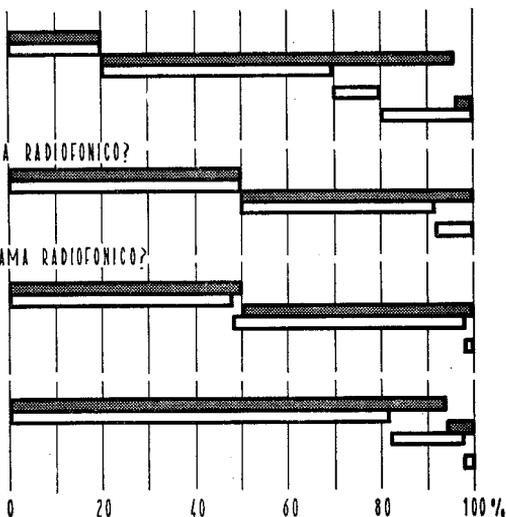
(1) ¿MODIFICO TU COMPORTAMIENTO ESTE TIPO DE PROGRAMA RADIOFONICO?

- (2) SI
NO
NO CONTESTO

(1) ¿EVES TELEVISION?

- (2) SI
NO
NO CONTESTO

(1) PREGUNTA ■ HOMBRES
(2) RESPUESTA □ MUJERES



(1) ¿QUE TIPO DE MODIFICACION SUFRIO TU LENGUAJE ?

- (2) DEFORMO
MEJORO
NO SUFRIO MODIFICACION
NO CONTESTO

(1) ¿MODIFICO TU PENSAMIENTO ESTE TIPO DE PROGRAMA DE TELEVISION?

- (2) SI
NO
NO SE

(1) ¿MODIFICO TU COMPORTAMIENTO ESTE TIPO DE PROGRAMA DE TELEVISION?

- (2) SI
NO
NO SE

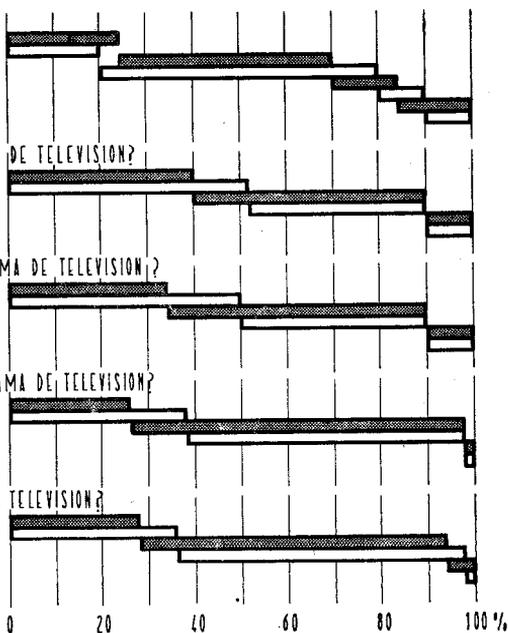
(1) ¿DEJASTE DE ESTUDIAR POR VER ESTE TIPO DE PROGRAMA DE TELEVISION?

- (2) SI
NO
NO CONTESTO

(1) ¿DEJASTE DE HACER TU TAREA POR VER PROGRAMAS DE TELEVISION?

- (2) SI
NO
NO CONTESTO

(1) PREGUNTA ■ HOMBRES
(2) RESPUESTA □ MUJERES





CONCLUSIONES

Después de haber realizado esta investigación preliminar, que tiene defectos debido a la falta de tiempo y a las limitaciones que presenta este tipo de trabajo, puedo concluir que en los adolescentes estudiados encontré lo siguiente:

1o. Los medios de difusión (cine, radio, prensa y televisión) modifican el lenguaje y el pensamiento y por ser estos medios estímulos externos constantes y abrumadores, influyen y modifican la personalidad del joven adolescente.

2o. Cuando el adolescente no ha tenido una infancia "normal" porque el hogar, por razones económicas, sociales o psicológicas, no prodiga las atenciones necesarias para el mejor desenvolvimiento del niño, su personalidad sufre traumas y desquiciamientos. Con estos antecedentes puedo afirmar que los medios de difusión actúan como estímulos externos que pueden llevar rápidamente al adolescente a una conducta antisocial.

3o. Luchando maestros, psicólogos, padres y la sociedad en general para que los medios de difusión mejoren en calidad y contenido no terminaremos con la delincuencia juvenil y la conducta antisocial; pero sí estoy segura de que disminuiría su porcentaje.

4o. La mala redacción y presentación deforman y distorsionan el pensamiento de nuestros jóvenes y no solo eso, sino que impide el uso correcto del lenguaje.

5o. La lectura consuetudinaria de los cuentos cómicos impiden el desarrollo del proceso del pensamiento y no estimulan al joven adolescente para que lea obras literarias de gran contenido social y humano. Impide el desarrollo de la imaginación creadora, fomenta el mal gusto y la cursilería.

6o. Estos mismos medios de difusión mejor elaborados y presentados en otra forma, podrían ser magníficos y de un resultado extraordinariamente positivo para elevar el nivel social, económico y cultural de los pueblos, además de que proporcionaría diversión, entretenimiento, puesto que lo uno no está en contradicción con los otros. Todos estos factores podrían combinarse en beneficio del hombre del futuro, de quien tanto esperan las naciones en desarrollo de este gran Continente Americano.

7o. Luchar porque se reduzca el número de programas de crimen, policíacas y de violencia.

80. Las leyes existentes en nuestros países no son lo suficientemente estrictas y existe la urgente necesidad de reglamentar los medios de difusión para que así se proteja la salud mental de nuestros pueblos y por ende la de nuestros jóvenes adolescentes, donde los medios de difusión no contribuyen al mejoramiento de la comunidad en todos los aspectos.

SUGERENCIAS

10. La intervención de psicólogos y pedagogos en la elaboración de los programas de televisión y libros cómicos para niños y adolescentes.

20. La prohibición de fotografías de menores que hayan cometido delitos o actos antisociales.

30. Evitar en lo posible la descripción de hechos macabros, de robos, crímenes (revistas o periódicos) y todo aquello que conduzca al sensacionalismo y a la morbosidad.

40. Darle mayor importancia a las noticias de cultura e información en general.

50. Insistir porque en los programas de enseñanza secundaria incluyan la educación cinematográfica de tal manera de formar y desarrollar el espíritu crítico y la apreciación de la belleza, saber detectar las ideas ocultas que el productor y realizador tratan de transmitir al público.

BIBLIOGRAFIA GENERAL

- 10.—Altabella José, y 15 coactores, El Periodismo, Teoría y Práctica. Editorial Noquer, S. A.—3a. Edición. México, 1960.
- 20.—Alvarado, Custodio. Nota sobre el cine. Colección Cultura - para todos. Editorial Patria, S. A. México, 1962.
- 30.—Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos, 1960-1961.
- 40.—Beneyto Juan — Obra "Mass Communications" Instituto de Estudios Políticos. Madrid, 1957.
- 50.—Borrego Salvador. El Periodismo trascendente. 4a. Edición.—Editorial Jus. México, 1961.
- 60.—Bühler Charlotte. El desarrollo Psicológico del Niño. Biblioteca del Maestro. Editorial Losada. 8a. Edición. Buenos Aires, 1962.
- 70.—Bühler, Charlotte. La vida Psíquica del Adolescente. Editorial Novoa. Argentina.
- 80.—Cuenca, Humberto. Imagen Literaria del Periodismo. Editorial Cultura Venezolana. 1a. Edición. México, 1961.
- 90.—Debesse Maurice. La crisis de la Originalidad Juvenil. Editorial Nova. Buenos Aires, 1955.
- 100.—El Gallo Ilustrado — Suplemento Dominical. El Día. No 33. México, 10-11-1963.
- 110.—Espasa Calpe, Madrid Enciclopedia Universal Ilustrada. Europeo Americana. Tomo 15.
- 120.—Etcheverry, Delia — El Adolescente y la Escuela Secundaria.— Editorial Universidad de Buenos Aires, 1961.
- 130.—Folleto — Unión Panamericana. Psicología Social de la Adolescencia. Secretaria General, Organización de los Estados Americanos. Washington, 1962.
- 140.—Fromm, Erick. El Miedo a la Libertad. Biblioteca del Hombre Contemporáneo. Editorial Paidós, Buenos Aires, 1963.
- 150.—Fromm, Erick. Etica y Psicoanálisis — Breviario del Fondo de Cultura Económica No. 74. 2a. Edición. México, 1957.
- 160.—Friedlander Kate — Psicoanálisis de la Delincuencia Juvenil.— Editorial Paidós. Argentina, 1956.
- 170.—Guilford L. P. Psicología General. 2a. Edición. Editorial Diana. México, 1962.
- 180.—Gruber, Aloris, La Pubertad Desarrollo y Crisis. Editorial Herder. Barcelona, 1960.

- 190.—Hurlock, Elizabeth B. Psicología de la Adolescencia. 1ra. Edición. Editorial Paidós. Argentina, 1961.
- 200.—Hunter, S. Thomas. Nociones de Publicidad. Editorial Aguilar, S. A. México, 1954.
- 210.—James, Joyce — El retrato del Artista Adolescente. Santiago Rueda Editor. Buenos Aires, 1956.
- 220.—Kinder, James S. Audio Visual. Materials and Techniques. 2a. Edición American Book Company, Nueva York. N. Y.
- 230.—Linton, Ralph — Estudio del Hombre. 6a. Edición. Fondo de Cultura Económica. México, 1963.
- 240.—Los Suplementos y las Actitudes Negativas hacia los Grupos Sociales. Universidad Central de Venezuela. Facultad de Humanidades y Educación. Escuela de Psicología. 3er. Año.—Caracas, 1960-1961.
- 250.—May, Renato — Cine y Televisión. Nebrija, 1956.
- 260.—Moreno y García — La enseñanza Audio Visual. Editorial Patria. México, 1962.
- 270.—Muñoz Espinalt. C. Psicología de la Publicidad. Ediciones Toray. Barcelona, 1963.
- 280.—Oppenhecin Vince, Himmelweit — La Televisión y el Niño. Tomo Primero. 1ra. Edición. Buenos Aires, 1962.
- 290.—Peters. L. M. J. La Educación Cinematográfica. Publicación U. N. E. S. C. O. París, 1961.
- 300.—Prat Gaballi Pedro — Publicidad Combativa Editorial Labor, S. A. Barcelona, 1963.
- 310.—Pitaluga, G. Temperamento, Carácter y Personalidad. 2a. Edición. Breviario No. 90, Fondo de Cultura Económica, México, 1958.
- 320.—Powder Maiker, Hortense. Hollywood — El Mundo del Cine visto por una antropóloga. Fondo de Cultura Económica. México, 1955. Primera Edición.
- 330.—Revista de la Universidad de México, Julio de 1963.
- 350.—Sadoul Georges. Las Maravillas del Cine Breviario del Fondo de Cultura Económica No. 29. México, 1956.
- 360.—Sadoul Georges. Vida de Chaplin. 1a. Edición en Español, Breviario No. 109 del Fondo de Cultura Económica, México, 1955.
- 370.—Schramm Wilbur — The Impact of Educational Television — University of Illinois, Press Urbana, 1960.
- 380.—Scharamm Lyle Good — The People look at Educational Television. Stanford University Press — Stanford, California, 1963.
- 390.—Simpson George — El hombre en la Sociedad — Biblioteca del Hombre Contemporáneo. Editorial Paidós. Buenos Aires, 1961.
- 400.—Sicker Albert. El cine en la vida Psíquica del Niño. Editorial Kapelus. Buenos Aires, 1960.
- 410.—Spnauer Eduardo — Psicología de la Edad Juvenil. Editorial Nacional. México, 1959.
- 420.—Stone L. Joseph y Joseph Church — Niñez y Adolescencia. Psicología de la persona que crece y Ediciones Hormes — Editorial Paidós. 2a. Edición — Buenos Aires, 1963.

- 43o.—Talmo J. L. Los Orígenes de la Democracia — Traducción del Inglés por Manuel Cardenal Iracheta. Editorial Aguilar. Madrid, 1957. Título en Inglés The Origins of Totalitarian Democracy.
- 44o.—Jarrión Evelina. Los niños, la Radio y la Televisión. Traducción del Italiano de Felipe Jiménez de Sandoval. Ediciones SIVDIVN. Madrid, 1962.
- 45o.—Ierreon — UNESCO, 1952. El derecho de la Información: Estudio Comparado de los principales sistemas de la Reglamentación de la Prensa, la Radio y el Cine.
- 46o.—UNESCO. La Información en el Mundo. Prensa, Radio, Cine, Televisión. Primera Edición. París, 1956.
- 47o.—UNESCO — Los Medios de Información en América Latina, Factor económico y social. París, 1961.
- 48o.—UNESCO — Sombras Mágicas — Nacimiento del Cine — Tomo No. 1 — Año VIII — París.
- 49o.—Wertham Frederic. Leyenda Oscura Psicología de un Crimen. Biblioteca Documentos. Paidos. Argentina.
- 50o.—Wright Charles R. — Comunicación de las Masas. Biblioteca del Hombre Contemporáneo. Editorial Paidos. Argentina, 1963.
- 51o.—Joung — Kimball — Psicología Social. Primera Edición. Editorial Paidos. Argentina, 1963.