

8. CONCLUSIONES FINALES SOBRE LAS TACTICAS IDEOLOGICAS DE REDACCION.

En los libros de enseñanza de inglés encontramos "un mundo feliz lleno de gente amable y feliz" y nos tenemos que preguntar qué ideología está transmitiendo con esta codificación de la realidad. Para mostrarlo recurrimos a algunas tácticas de mensaje:

a) Táctica de Selección.

Esta táctica en general consiste en presentar el lado bueno de la moneda y excluir todo lo problemático. Como por ejemplo: la descripción de los adolescentes se limita a su apariencia amable, su afán de estudio y sus diversiones sanas (deporte, buena lectura, etc.). Los problemas de los adolescentes de hoy (drogadicción, problemas de generaciones, problemas escolares, problemas sexuales y problemas políticos) son totalmente excluidos. En resumen, se da un modelo de comportamiento y a la vez infunde en los que se desvían un sentido de culpa, con el objetivo de que se adapten al sistema social requerido.

b) Táctica de Idealización.

La táctica de idealización se manifiesta desde la descripción física de las personas -altos, bonitos, inteligentes, etc.- a través de los papeles que juegan en el conjunto social -buenos padres, madres cariñosas, abuelos divinos, etc.- hasta instituciones sociales como la familia. La exclusión de toda problemática familiar, desde la económica hasta la opresiva, garantiza que no se pone en peligro esta institución como uno de los instrumentos más importantes de la estabilidad (status quo) y del control, muy ajeno al cambio. En fin, la imagen de la sociedad en total está idealizada en cuanto a todos los aspectos. Se presenta una sociedad modelo, la cual, aunque no se menciona, se basa en la capitalista (americana) para impedir que la gente simpatice con otras posibilidades.

c) Táctica de Neutralización.

En esta táctica, en caso de diferencias, las cuales son obvias, conocidas o innegables y que no se prestan a idealizaciones se recurre a la neutralización. Por ejemplo, por una parte se idealiza a los estados emocionales de las personas (todos son alegres) y por otro lado se neutraliza (no tienen ninguna emoción). Se evita así que emociones fuertes rompan el modelo armónico y recuerden al lector la realidad. Un ejemplo aún más obvio es la descripción de las razas. Como no se puede idealizar al negro, se le neutraliza a una persona como cualquier blanco de clase media con el mismo prestigio. La única concesión a la realidad es que se colorea a los negros lo imprescindible si se les presenta. Pero para evitar esta contradicción, generalmente recurren a una medida más fácil y los excluyen de los libros.

d) Táctica de Simplificación.

Este fenómeno se presenta, por lo general, en las descripciones históricas, en las cuales procesos muy complejos son reducidos a meros hechos casuales. Es muy interesante en este contexto mencionar que en estos cuentos muchas veces falta la palabra "because". Esta simplificación muchas veces se convierte en puros eufemismos como p.ej.: "Texas and the land in the southwest that belonged to Spain and Mexico became part of the Union."

Por otro lado, mencionan causas que en realidad no lo son, como p.ej.: "La gente es pobre porque no tiene dinero." Esta táctica puede incluso emplear falsificaciones.

Se intenta que el lector acepte lo escrito sin preguntar más y se tienen que evitar preguntas acerca del por qué para dejar alejada a la gente de la realidad histórica y la posible comparación con la actualidad.

e) Táctica de Individualización.

Esta táctica también destaca en descripciones históricas (ver historia

personalizada). Aquí se afirma una vez más la inmadurez e incapacidad del pueblo que necesita líderes fuertes. Así el lector acepta que él mismo no puede hacer nada para mover el mundo y mejor se somete.

Otra forma de individualización consiste en reducir problemas generales a un individuo. En el sentido de "éste no tiene trabajo porque es flojo, pero los demás...". Pero esta táctica no se usa en los libros de inglés, simplemente porque excluyen todos los problemas.

f) Táctica de recurrir a las aspiraciones.

En la publicidad se recurre mucho a esta táctica con el fin de que la gente compre un producto. Respecto a los libros de inglés el objetivo es que los lectores compren, o mejor dicho, acepten e imiten el modo de vida americano. Por ejemplo, la vida se desarrolla tranquilamente desde el noviazgo puro y sano hasta el matrimonio como valor supremo de la vida (American Dream). Otro ejemplo, es el nivel social que consiste en casas lindas con jardines en los suburbios. Tener una casa con todas las comodidades es la aspiración más común de los "freshmen" en los EEUU según un estudio hecho por "Psychology Today". Por supuesto todos tienen trabajo, bueno y bien remunerado y siempre muy importante, ya sea el de director o de vendedor de helados.

Transmitir al lector estas aspiraciones sirve como instrumento de control social, porque la gente que piensa en su movilidad social hacia arriba dentro del sistema dado no es peligrosa.

En resumen, la afiliación a la vida feliz y la identificación con las normas sociales descritas en este material garantizan la conservación del sistema social establecido y sirve así, a los intereses político-económicos de la clase en el poder.

I. IMAGE OF THE PEOPLE. BIBLIOGRAFIA

Bini, Giorgio et al.

Los libros de texto en América Latina. Ed. Nueva Imagen. México, 1977.

Cassen, Bernard

La lengua inglesa como vehículo del imperialismo cultural. Comunicación y Cultura # 6, Febrero, 1979. pp. 75-64

Eco, Humberto

La estructura ausente. Introducción a la semiótica. Ed. Lumen. Barcelona, 1972/1975.

Fohrbeck/Wiesand/Zahar

Heile Welt und Dritte Welt. Medien und politischer Unterricht. Leske Vg., Opladen, 1971.

Gutiérrez, Francisco

El lenguaje total. Pedagogía de los medios de comunicación. Ed. Humanitas. Buenos Aires, 1973.

Harrington, Michael

La cultura de la pobreza en los E. U.. FCE. México, 1963.

Holdt, Jacob

Bilder aus Amerika. Fischer Vg., Frankfurt, 1978.

Mattelart, Armand

Notas al margen del imperialismo cultural. Comunicación y Cultura # 5, Febrero, 1979. pp. 7-27.

Metz, Christian et al.

Análisis de las imágenes. Ed. Tiempo Contemporáneo. Buenos Aires, 1972.

ANEXO No. DATOS ESTADISTICOS REALES (EEUU).

I. IMAGE OF THE PEOPLE.

1. Occupations by race and sex.

OCCUPATION	TOTAL	PERCENT	
		FEMALE	BLACK & OTHER
Engineers	1,102*	2.7	5.5
Lawyers	462	9.5	3.2
Librarians	208	79.8	9.1
Dentists	105	2.9	5.7
Physicians	403	11.2	9.2
Registered nurses	801	96.7	11.3
Teachers (college and University)	562	31.7	7.5
Teachers (except above)	3,024	70.9	9.8
Bank officers and managers	542	27.3	4.4
Bank tellers	408	90.0	7.6
Cashiers	1,726	90.0	4.4
Secretaries	3,421	99.1	5.4
Craft and blue collar	11,881	5.0	7.4
Transport operatives	3,476	6.8	14.6
Service workers	11,234	58.3	18.1
Police and detectives	498	3.8	9.2

* Estas cantidades son en miles.

2. Percent of population below poverty level - 1977.

RACE	PERCENT
All persons	11.6
White	8.9
Black	29.0
Male head	6.9
Female head	32.8

3. Percent of population below 125% of poverty level - 1977.

All persons	16.7
White	13.3
Black & other races	38.5
In families with male head	11.0
In families with female head	42.5

4. Money income of families by head of family and occupation.

CHARACTERISTIC	WHITE		BLACK	
	All families*	Mean income**	All families*	Mean income**
Male head	44,701	20,047	3,529	15,190
Female head	5,828	10,947	2,277	6,959
Occupation of head				
white collar	18,197	25,408	1,069	16,889
blue collar	15,816	18,525	1,764	15,468
service work	2,570	15,187	761	11,072

* (miles) ** (dólares)

5. Mothers with children under 18, by work experience, poverty status, and race: 1976.

	TOTAL	WHITE % BELOW POVERTY LEVEL	TOTAL	BLACK % BELOW POVERTY LEVEL
All women	26,157	9.4	3,790	33.6
worked in 1976	14,979	6.3	2,333	19.6
did not work	11,178	13.6	1,457	56.0
Families headed by women	3,548	35.1	1,783	55.9
worked in 1976	2,417	20.1	999	37.0
did not work	1,131	67.3	784	80.0

6. Average size of household.

United States	3.1
Mexico	4.9
Canada	3.5
United Kingdom	2.9
Italy	3.3
Brazil	5.1

7. Percent of households owning motor vehicles and TV sets: 1977.

RACE	1 or more vehicle	1 car	2 or more cars	TV	Washing Machine
All	83.8	48.8	32.7	96.6	71.9
White	86.8	50.1	34.3	96.9	74.5
Black	58.5	39.2	18.2	93.7	51.4
Spanish origin	71.6	44.2	24.8	94.4	57.5

8. Marriage and divorce rates per 1,000 single/married women: 1970/1977.

	1970	1977
Marriage rate	76.5	65.2
Divorce rate	14.9	21.1

III. IMAGE OF SOCIETY.

1. Drug Use.

	YOUTHS 12-17		YOUNG ADULTS 18-26		OLDER ADULTS OVER 26	
	Ever	Curr.*	Ever	Curr.*	Ever	Curr.*
Marijuana and/or hashish	28.2	16.1	60.1	27.4	15.4	3.2
Hallucinogens	4.6	1.6	19.8	2.0	2.6	.5
Heroin	1.1	.5	3.6	.5	.8	
Stimulants	5.2	1.3	21.2	2.5	4.7	.6
Sedatives	3.1	.8	18.4	2.8	2.8	
Alcohol	52.6	31.2	84.2	70.0	77.9	54.9
Cigarettes	47.3	22.3	67.6	47.3	67.0	38.7

2. Alcoholism (rate per 100,000 persons).

Male	7,300
Female	1,300

3. Legal Abortions (rate per 1,000 women) (rate per 1,000 live birth).

White	14.1	213
Black & other races	31.1	329

