

revista del

# CONSUMIDOR

informa, capacita y orienta

UNA PUBLICACION MENSUAL DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR/NUMERO 115/SEPTIEMBRE DE 1986/ 150 PESOS

**Fiestas de  
Independencia  
en Cocula  
Gro.**

**Las cooperativas  
escolares**

**La calidad  
de los  
uniformes**

**El Brinco:  
¿Qué hiciste  
en vacaciones?**



# Fiesta de Independencia en Cocula, Guerrero



En Cocula, Guerrero se lleva a cabo un festejo muy especial, llamado *El gran simulacro de guerra*. Los días 15 y 16 de septiembre la mayoría de los habitantes del pueblo, reunidos en la plaza principal, celebran el aniversario de la Independencia de México.

Aunque los personajes que participan no corresponden precisamente a la fecha histórica que se festeja, el fervor patrio es lo más significativo y la animación del pueblo es enorme.

Con gran alboroto, la población espera la contienda o simulacro de guerra; ve llegar a *el General*, *la Malinche* y a los guerreros indígenas, acompañados por la banda municipal, que recorre las calles del pueblo para invitar a los habitantes a que se unan al festejo.

Entre los actores destacan los jóvenes que llevan tizne en la cara, que portan palos para guerrear, y que se hacen llamar *españoles*, quienes combatirán contra los indígenas en el momento del estruendo de

un cañón llamado "*El Niño*".

Los guerreros indígenas y *la Malinche* bailan al compás de la banda, mientras los cohetes estallan y aumenta el regocijo de los espectadores. Después del baile, *la Malinche* se dirige al público con estas palabras: "Mexicano, llegó el momento de luchar por nuestra libertad contra el tirano español, que durante mucho tiempo nos ha explotado. ¡Viva México, muera España". *El Niño* truena y se inicia la batalla. *El General* sobre su caballo da vueltas a la plaza y los de atuendo indígena fingien combatir contra tres o cuatro *españoles*, *la malinche*, siempre protegida por los guerreros, corre de un lado a otro.

La guerra va recorriendo las calles que rodean al parque *la Malinche* regala mole y tamales que fueron preparados por las mujeres del pueblo. ¡Aunque a veces estos alimentos tienen que ser usados como armas defensivas... cuando se "les pasa la mano" a los

*conquistadores*! También se reparte entre los adultos una bebida regional elaborada con piloncillo, alcohol de caña de 96 grados, jugo de naranja, cebolla, orégano, chile verde, canela y queso rallado.

Para finalizar, el *General* sube al estrado y con su espada rompe las cadenas de papel china, que lleva atadas a las muñecas una muchacha que representa a la Patria. Dos niñas, vestidas de blanco y montadas a caballo simbolizan la "*Paz y la Fama*" y premian al *General* con flores porque liberó al pueblo de la opresión colonial.

Además de *El gran simulacro de guerra*, algunos jóvenes caracterizan a héroes de la Independencia de México como Hidalgo y Morelos. Hay también una alegre coronación de "La Reyna de las Fiestas Patrias".

En Cocula, como en todos los rincones de nuestro país, el fervor patrio surge durante las fiestas de Independencia.

## DIRECTORIO INCO

**Dirección General**  
CLARA JUSIDMAN DE B.

**Dirección Técnica**  
FERNANDO URDANIVIA CORIA

**Dirección de Promoción**  
ANDRES MANUEL LOPEZ OBRADOR

**Dirección de Producción  
Audiovisual y Editorial**  
MARTHA SUSANA RUIZ DE SARAVIA

**Dirección de Finanzas y Administración**  
MANUEL GALVAN ZUART

**Coordinación de Delegaciones**  
GRISELDA ARISTA QUEZADA

## SUBDIRECCIONES

**Estudios Socioeconómicos**  
GUSTAVO PONCE MELENDEZ

**Estudios Técnicos**  
LUIS JUAREZ SUAREZ

**Promoción**  
RODOLFO F. PEÑA VILLANUEVA  
**Producción Audiovisual y Editorial**  
JOSE LUIS GARCIA NAJERA

## DELEGACIONES

**Chihuahua**  
VICTOR MANUEL BARRIGUETE

**Coahuila**  
MARCELA GÓMEZ WULSCHNER

**Estado de México**  
GABRIEL GAMA FLORES

**Guanajuato**  
LUIS O. MEDELLIN OCHOA

**Guerrero**  
MARGARITA GALEANA ADAME

**Hidalgo**  
ESTEBAN G. CHAPA ZAMORA

**Jalisco**  
JUAN GARCIA CASTILLO

**Morelos**  
RAUL CARBONELL CARDENAS

**Nuevo León**  
FRANCISCO JAVIER NUÑEZ

**Puebla**  
ROBERTO ARTECHE LUGO

**Sonora**  
GUILLERMO A. REYNA CELAYA

**Tamaulipas**  
GUILLERMO NUÑEZ VELA

**Tlaxcala**  
JOSE LUIS ARGUIJO TORRES

**Veracruz**  
JAVIER ESCALERA LEANDRO



**INSTITUTO  
NACIONAL DEL  
CONSUMIDOR**

SECTOR COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

# EDITORIAL

**S**u Revista del Consumidor a partir de este número vale 150 pesos. Durante un año cuatro meses logramos mantener el precio anterior, pero ahora, y muy a pesar nuestro, los incrementos que sufrieron los costos del papel, procesos gráficos y de impresión, nos obligan a fijar el nuevo importe. La suscripción ahora cuesta 1,500 pesos, es anual, lo que significa que recibirá 12 números por el precio de 10.

Por supuesto que el valor real de esta publicación es mucho más elevado. Pero no hemos repercutido los aumentos directamente al precio de la revista, y así se mantendrá durante el resto del año.

Este ejemplar vuelve a centrar su atención en algunos aspectos relacionados con el regreso a clases. Las cooperativas escolares son analizadas a partir de su reglamentación. Le entregamos resultados de los análisis comparativos hechos por el INCO para conocer la calidad de las prendas de vestir que integran los uniformes escolares, y la de lápices, pinturas de madera, bicolors, plumines, crayones y bolígrafos. Destacamos también la importancia que tiene el desayuno para el buen desempeño y rendimiento del estudiante en la escuela.

Le reiteramos nuestro compromiso de esforzarnos para ofrecerle cada vez un mejor servicio por medio de su Revista del Consumidor.

**CONSEJO EDITORIAL:** Clara Jusidman de B.; Fernando Urdanivia Coria; Andrés Manuel López Obrador; Martha Susana Ruiz de Saravia; Griselda Arista Quezada. **Subdirección de Producción:** José L. García Najera. **Jefatura de Publicaciones:** Leonor Azcárate. **Coordinación Editorial:** Guillermo Sarquis F. **Redacción:** Patricia Avitia; Fausto Idueta. **Suplemento "El Brinco":** Marle Puga. **Reporteros:** J. Eduardo Aguilar; Amalía Beltrán E.; Marta Sandra García; Oscar Romero Rojas; Juan Ramón Zabalegui; Genaro Núñez. **Reporteros Gráficos:** Luis F. Paz; Fernando Rojas; Gustavo Adolfo Carrillo Vélez. **Departamento de Arte y Diseño:** Augusto Apón García. **Formación, Ilustraciones y Viñetas:** Marcelo Ahuérma S.; Francisco Alatriste T.; Alma Elena Arenas G.; Dolores Ramírez; Jesús Rodríguez G.; Nora García Páez. **Impresos:** María Dolores Fernández Morell.

**APOYO ESPECIAL AL NUMERO 115 DE LOS DEPARTAMENTOS:** Análisis sobre Comunicación: José Chan Escalante. Información y Orientación Directa: Gregorio Alanís Pardiñas. Derechos del Consumidor: Héctor I. Mejía Alvarado. Documentación e Información: Francisco Jiménez Rojano. Educación para el Consumo: Flavio Ruiz Suárez. Comunicación Social y Relaciones Públicas: Francisco Balderas Guzmán. Bioquímica: Ana Ma. C. de Haqueht. Estudios Económicos: Araceli Moreno Acosta. Seguimiento y Análisis del Consumo: José Manjárez Medina. Ingeniería: Eduardo Martínez Pacheco.

# SUMARIO

Pág. 6



*El desayuno es de gran importancia para el estudiante. Repercute de manera directa en el aprovechamiento escolar y en su salud. Para que los niños que asisten a la escuela presten atención a las clases y a la hora del recreo participen en el juego y el esparcimiento con sus compañeros, además de un buen desayuno, debidamente balanceado, lo mejor es que el niño lleve a la escuela un pequeño refrigerio preparado higiénicamente en casa.*

Pág. 12



*El INCO, a partir de los estudios comparativos de normas de calidad practicados a prendas de vestir que integran los uniformes escolares, les hace una serie de recomendaciones que seguramente redundarán en beneficio de su ahorro familiar.*

Pág. 36



*¿Les gusta a los jóvenes la televisión que se hace en nuestro país? A muchos de los entrevistados les parece un medio de difusión donde los programas son excelentes; otros, los más críticos, propugnan por un cambio radical y hay hasta a quien le parece asunto de vida o muerte. ¿Usted que opina?*

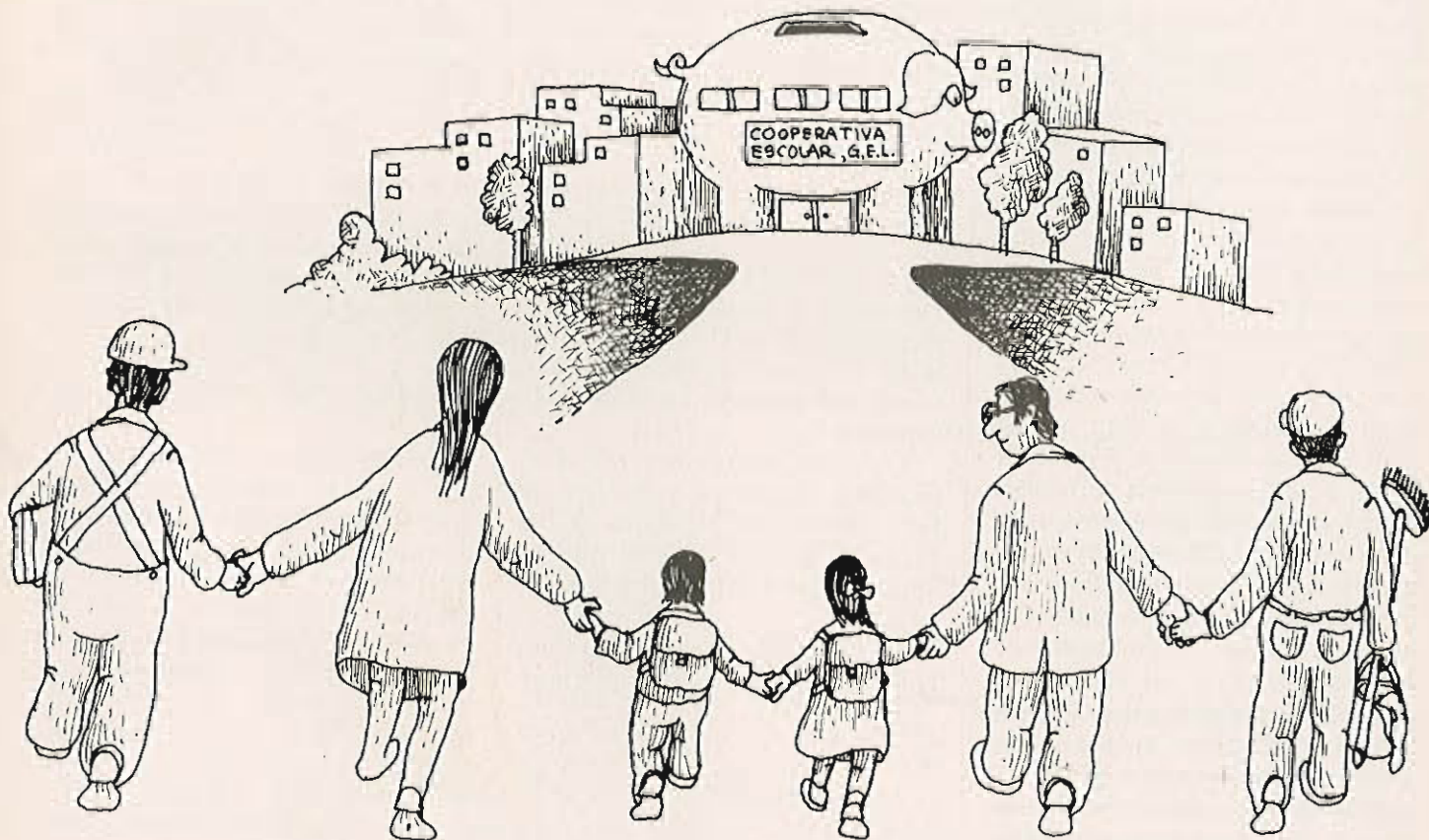
## INDICE

Editorial .....	1
Sumario .....	2
Las cooperativas escolares: antecedentes y reglamentación .....	3
Para el desayuno escolar: desayuno y no ayuno .....	6
Falta de apetito en la edad escolar .....	8
La importancia del sueño en la edad escolar .....	10

La calidad de los uniformes escolares .....	12
Herramientas para la escritura .....	14
Entre pompas de jabón ¿cuál es la mejor elección? .....	17
La publicidad y la mujer .....	21
Contra las engañosas ventas a domicilio ..	24
Los adolescentes y el consumo de alcohol	25
Noticias nacionales .....	28
Consumidor en el mundo .....	29
El teatro, un espacio para la juventud ....	30
Índice Nacional de Precios al Consumidor por concepto de gasto .....	33
Ahí nos vemos... en la T.V. ....	36
Cocina tradicional .....	40

# Las cooperativas escolares: antecedentes y reglamentación

Genaro Núñez Márquez.



CEES

La llamada sociedad cooperativa busca una justa distribución de los recursos, al suprimir toda forma de lucha, repartiendo las ganancias generadas por el trabajo colectivo y excluyendo el intermediarismo comercial; en suma, pretende dar cumplimiento a un viejo ideal: del productor al consumidor, sin intermediarios.

El objetivo fundamental de las cooperativas, de acuerdo al derecho mexicano, es el de "procurar el mejoramiento social y económico de sus asociados mediante la acción conjunta de éstos en una obra colectiva... que no deberá nunca perseguir fines de lucro".

## Breve reseña histórica

Como toda institución social de trascendencia, la sociedad cooperativa es producto de una evolución histórica, que recorre desde las sociedades secretas de los primeros cristianos, pasando por las organizaciones artesanales de la edad media, hasta llegar, ya en fechas más recientes, a las sociedades mutualistas y a la propia sociedad cooperativa.

Algunos autores contemporáneos señalan a la Cooperativa Central de Abastecimiento, surgida en la Inglaterra de la primera mitad del siglo XIX, como la primera sociedad cooperativa moderna.

Desde ese lejano año de 1844 hasta el actual, se han creado y funcionan en casi todo el mundo innumerables cooperativas.

## Cooperativas de producción y cooperativas de consumo

La Ley General de Sociedades Cooperativas distingue, en particular, dos tipos: las de producción y las de consumo, cuando establece en su artículo 1º fracción I: "Están integradas por individuos de la clase trabajadora que aportan su trabajo personal cuando se

<sup>1</sup> Art. 1º, fracciones VI y VII de la Ley General de Sociedades Cooperativas.

trate de cooperativas de productores; o se aprovisionen a través de la sociedad o utilicen los servicios que ésta distribuye cuando se trate de cooperativas de consumidores”.

### Las cooperativas escolares

Si bien es cierto que el movimiento cooperativo pugnó originalmente por proteger y desarrollar económicamente a los trabajadores y sus familias, no menos cierto es que el propio movimiento no tardó en darse cuenta de la importancia de difundir el ideario y sistema cooperativos. ¿Por qué no iniciar esa difusión a partir de ofrecerla a los niños en los grados elementales? ¿Por qué no continuarla en los niveles medio y superior? ¿Por qué no formar técnicos y profesionales al servicio del sistema cooperativo? Y aún mejor: ¿Por qué no favorecer y reforzar esa educación solidaria, ofreciendo las bondades del sistema cooperativo a las comunidades de las escuelas, integradas por alumnos, maestros y empleados, mediante la constitución de cooperativas escolares?

Como respuesta a esa y otras preguntas similares, en México se hicieron varios ensayos de cooperativas escolares entre los años de 1924 y 1941, pudiéndose recordar gratamente las que se organizaron en las escuelas “Belisario Domínguez”, “Centro Escolar Revolución” y “Escuela Industrial Número 2, Hijos del Ejército”, entre otras.

### Reglamentación

Dentro de sus facultades, la Secretaría de Educación Pública (SEP) emitió un primer Reglamento de Cooperativas Escolares en 1933 que fue reemplazado por uno nuevo en 1937, vigente hasta 1941, en que por “la imposibilidad de corregir sus errores” (de las cooperativas escolares) el Titular de la SEP dispuso la liquidación de todas y la clausura de la Escuela Nacional de Cooperativismo que recientemente se había creado.

Al parecer, esa disposición fue errónea por haber incluido la totalidad de cooperativas, algunas de las cuales funcionaban bien y por haber cancelado la importante proyección de la Escuela Nacional de Cooperativismo en la preparación de técnicos y profesionales.

Posteriormente, en 1948, se reinician las actividades de la SEP, en materia cooperativa, con la creación del Departamento de Educación Cooperativa y se confirma la obligatoriedad del establecimiento de éstas en todos los planteles oficiales y en los particulares incorporados.

En todo caso, el reglamento vigente en la actualidad es el que se publicó en el Diario Oficial de fecha 23 de abril de 1982, y del que pueden destacarse los siguientes aspectos.

1. La organización, registro, fomento, vigilancia y control de las cooperativas escolares está a cargo de la SEP, misma que les aporta supervisión técnica y pedagógica.

2. Estas cooperativas deben constituirse por maestros, alum-

nos y, en su caso, por empleados, en número no menor de diez individuos, quienes deberán ingresar en forma voluntaria.

3. Su finalidad, eminentemente educativa, propicia la difusión y desarrollo del cooperativismo mediante tareas solidarias de beneficio individual y colectivo.

4. En el aspecto económico, procuran un beneficio para la comunidad escolar mediante:

a). La reducción del precio de venta de los artículos que expenden, de tal modo que sea inferior al que priva en el mercado y

b). La disminución de los costos de producción y la contribución económica para mejorar instalaciones, equipamiento y las actividades en el plantel.

5. Las cooperativas escolares son:

a). De consumo, las que adquieren y venden materiales didácticos, útiles escolares, vestuario y alimentos requeridos por los alumnos durante su estancia en la escuela.

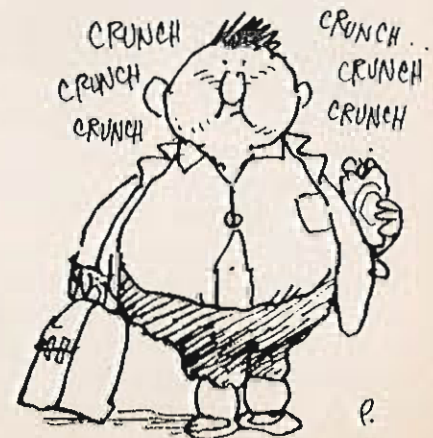
b). De producción, las que elaboran productos y presten servi-

PELIGROS DE LAS COOPERATIVAS DE CONSUMO QUE ABUSAN DEL CHONCHORROL, EL GANSITO, EL GRAN CARBOHIDRATIZAL, LAS GRASITAS FRITAS, ETC.

ANTES



DESPUÉS



NIÑOS DISPUESTOS  
A CONSUMIR LA  
COOPERATIVA DE  
CONSUMO



cios que beneficen a la población escolar.

6. El capital social se forma, en principio, con aportación de los socios mediante la suscripción de certificados (con valor no mayor de \$50.00), que deben ser pagados al contado y en efectivo, y que deberán ser devueltos al final de cada ejercicio a los socios que dejen de serlo.

7. Con los rendimientos netos se constituyen los siguientes fondos:

a). Social. Representa el 40 por ciento y se utiliza para apoyo a actividades prioritarias del plantel;

b). De reserva. Representa el 20 por ciento y se utiliza para evitar interrupción en las actividades de la cooperativa, para incrementar estas actividades y para absorber pérdidas;

c). Repartible. Representa el 40 por ciento y se distribuye entre los socios al fin de cada ejercicio social, en las cooperativas de producción, en razón del consumo efectuado.

8. Sus órganos de gobierno son:

- La asamblea general.

- El consejo de administración.
- El comité de vigilancia.
- La comisión de educación cooperativa.
- Otras comisiones.

En general, los alumnos que en calidad de socios llegan a ocupar cargos en los órganos de gobierno, cuentan con el apoyo y asesoría directa de los maestros.

9. Las sanciones aplicables por violación al Reglamento pueden ser:

- Amonestación.
- Suspensión.
- Destitución de cargo dentro de la cooperativa y
- Exclusión.

No se excluye la aplicación, en su caso, de sanciones laborales, civiles o penales, por parte de las autoridades competentes.


Con el propósito de cumplir con sus funciones de organizar, registrar, fomentar, vigilar y controlar a las cooperativas escolares, así como para aportarles supervisión técnica y pedagógica, la SEP ha instituido tres unidades administrativas:

- Unidad de Cooperativas Escolares de Consumo.

- Unidad de Cooperativas Escolares de Producción.
- Unidad de Cooperativas de Planteles de Educación Normal.

Además de las funciones asignadas a estas unidades administrativas, es importante señalar que a través de ellas se busca fomentar en los educandos hábitos de consumo racional.

### Resumen

Al Instituto Nacional del Consumidor le interesa profundamente la constitución y buen funcionamiento de las cooperativas, toda vez que su actividad se traduce en la defensa económica de un amplio sector de la población ya que su acción se enfoca a reducir los precios en bienes y servicios que producen y consumen, y favorece no sólo a los maestros, alumnos y empleados de las comunidades escolares, sino también, a los padres de familia, en cuya economía pesa la carga de la educación escolar de sus hijos y, por ende, en los gastos familiares. 

# Para el escolar: desayuno y no ayuno

Amalia Beltrán E.



Ninguna justificación es válida para mandar a los niños a la escuela sin desayunar. Este primer alimento del día tiene gran importancia en el rendimiento de los pequeños, pues les proporciona la energía necesaria para realizar sus actividades escolares de la mejor manera.

“Muchas veces por falta de tiempo, el pequeño se va a la escuela con el estómago vacío y por consiguiente, no prestará atención a sus clases, se dormirá en el salón, y a la hora del recreo no tendrá deseos de jugar con sus compañeros, lo cual repercutirá tanto en su estado de salud como en

su avance escolar”, manifestó la especialista Laura Quezada, del Departamento de Educación Nutricional del Instituto Nacional de Nutrición.

“El niño es inquieto por naturaleza —señala la nutrióloga—, y en las horas en que se encuentra en la escuela su desgaste de energía es mayor, pues además de que debe tener la atención fija en las clases realiza movimientos físicos tanto en actividades escolares que así lo requieren como en los juegos propios de su edad. Por esta razón es muy importante que el niño desayune bien y no se le dé dinero para que consuma productos chatarra,

pues además de que no le nutren, pueden ocasionarle problemas en su salud”.

La doctora dijo también que, además de desayunar, el niño debe llevar un refrigerio a la escuela preparado higiénicamente en casa, como una torta y agua de frutas, o bien una zanahoria rallada, una manzana, un plátano, papaya picada u otra fruta de temporada, ya que de esta manera se evita que consuma dulces y refrescos, los cuales, además de su alto costo, tienen muy bajo valor nutritivo. También se debe procurar que no ingiera paletas heladas o fruta que se expendan en la calle, pues corre el riesgo de contraer alguna enfermedad gastrointestinal.

“Desafortunadamente las cooperativas escolares contribuyen a que los niños consuman alimentos de escaso valor nutritivo, pues expenden productos chatarra que solamente proporcionan “calorías vacías” que no nutren y sí disminuyen el apetito. Sin embargo, los padres pueden evitar que los escolares ingieran este tipo de productos, dándoles un refrigerio”, señaló Laura Quezada.

## Desayunos escolares del DIF

En algunas escuelas se venden a muy bajo costo (un peso) desayunos escolares que envía el Desarrollo Integral de la Familia



(DIF). Estos constan de un cuarto de leche, un pan de harina integral y un dulce; sin embargo, y de acuerdo con la opinión de la nutrióloga, estos desayunos no deben ser considerados como sustitutos del que los niños deben hacer en su casa, pues el DIF los ha balanceado de tal manera que sirvan al escolar como un complemento a su alimentación y para ser ingeridos a la hora del recreo.

“A los maestros les corresponde informar a los padres de familia que los desayunos que envía el DIF sustituyen el refrigerio, más no la primera comida, que debe realizar el pequeño en su hogar. También es importante que los profesores repartan los desayunos unos minutos antes de la hora del recreo, para que de esta manera los chiquillos consuman totalmente el alimento y no tiren parte del mismo, como en muchos casos sucede”, manifestó finalmente la doctora Laura Quezada.

Cabe señalar que este tipo de desayunos los reparte el DIF a todas las escuelas que lo requieran;




solamente se necesita que los directores hagan una solicitud a esa dependencia de acuerdo al número de alumnos que asisten a sus centros de enseñanza. El reparto de estos alimentos se hace tanto en el turno matutino como el vespertino, con el fin de que los niños de ambos horarios puedan disfrutarlos.

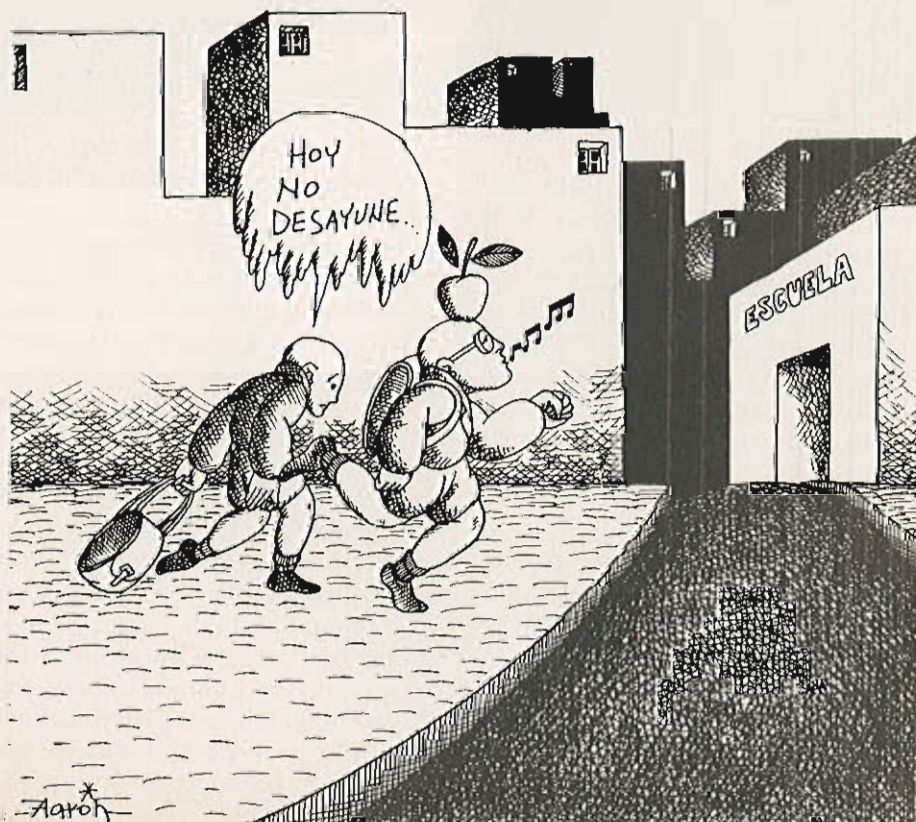
### Hábitos alimentarios en el escolar

La alimentación que se les dé a los niños durante los primeros años de vida es muy importante, pues lo que consuman durante esta etapa será base para la formación de buenos hábitos alimentarios, aunque en algunas etapas, como la preescolar y la escolar, se presentan ciertas dificultades.

Durante el primer año de vida el infante empieza a desarrollar su propia personalidad y por tanto también sus gustos y preferencias por ciertos alimentos. Los padres deben orientarlos en este aspecto proporcionándoles una dieta adecuada a sus necesidades y a su actividad física. Esto significa que la madre planea, selecciona y prepara alimentos atractivos en sabores.

Por otra parte, cuando el niño va a la escuela, los horarios de las comidas deben ajustarse al horario escolar. Se le debe acostumbrar a tomar el tiempo suficiente para ingerir sus alimentos. Así, no se debe olvidar que el desayuno reviste gran importancia tanto para su desarrollo como para su rendimiento escolar.

Recuerde que los hábitos y la salud de sus hijos dependen de usted 



# Falta de apetito en la edad escolar

J. E. Aguilar Magaña



A través de generaciones, muchas madres se han preocupado por la falta de apetito que en ocasiones tienen sus hijos. Este síntoma lo sufren muchos niños a partir de los dos años de vida y es muy frecuente en la edad escolar. Si no se corrige, la indiferencia hacia los alimentos se convertirá en desnutrición y en lentitud en el crecimiento del niño, el cual no se recuperará por más que su alimentación se normalice después. Su capacidad de aprendizaje también se verá mermada.

Según los pediatras, hay tres tipos de inapetencia y son varias sus causas.

El primer tipo es el denominado "fisiológico", el cual ocurre en

muchos niños con desarrollo normal. Sobre esto, el doctor Luis Torregrosa Ferraez, director del Hospital Infantil de México, nos explica: "El bebé tiene un crecimiento muy rápido durante sus primeros 9 meses de vida, por lo que sus requerimientos nutricionales son proporcionalmente más grandes que en edades posteriores. Después, la velocidad de crecimiento disminuye paulatinamente, así como sus necesidades energéticas, de manera proporcional, por lo que el apetito del niño en edad escolar es marcadamente menor que cuando era un bebé. La madre del pequeño, al notar este contraste, se angustia y acude a infinidad de médicos, le da vitaminas y estimulantes del apetito

los cuales, en este caso, son innecesarios".

Otro tipo de falta de apetito es el producido por el consumo de golosinas (dulces, frituras, chocolates, refrescos, etcétera) entre las comidas. Este mal hábito trae como consecuencia una falsa inapetencia pues, en realidad, el niño no quiere tomar los alimentos de mayor valor nutritivo a la hora de sentarse a la mesa porque su estómago se encuentra aún digiriendo las golosinas y el resultado es un "no tengo hambre". A esto contribuyen de manera importante las campañas publicitarias que los diversos fabricantes de comestibles chatarra promocionan en los medios de comunicación masiva. Estos productos sólo llenan el

estómago del niño con gran cantidad de carbohidratos y su valor nutricional es mínimo.

El tercer tipo de falta de apetito se debe en muchas ocasiones a causas psicológicas. Cerca de los dos años de edad el niño aprende el significado de la palabra "no", y el respetarle esa respuesta lo hace sentir muy bien, además de importante. El rechazar la comida, es una forma que frecuentemente usan los pequeños para mantener un control sobre sus padres, especialmente cuando éstos son muy complacientes.

Por el contrario, si es castigado por negarse a comer, desarrollará aversión hacia los alimentos e identificará la hora de la comida como el momento desagradable o como la "hora de los regaños".

Esta actitud de los padres resulta peor que la de ser demasiado complacientes. Los problemas familiares y la falta de cariño y atenciones puede provocar en el infante apatía y desinterés por los alimentos.

En muchos de los casos los niños con desgano para comer en realidad tienen una inapetencia "selectiva". Esto significa que el pequeño tiene una marcada preferencia sobre determinados alimentos y un completo rechazo hacia otros. Desafortunadamente, los alimentos más atractivos a la vista, al gusto o al olfato no siempre son los que tienen mayor valor nutricional.

La pérdida del apetito también suele presentarse como síntoma de diversas enfermedades que van desde un simple catarro hasta padecimientos crónicos y degenerativos como la diabetes.

El Programa de Educación para la Nutrición de la Secretaría de Salud recomienda no forzar al niño a comer. Esta situación se supera en un ambiente de cariño, comprensión y tolerancia. Es preferible servir raciones pequeñas y permitir que el niño tenga la opción de pedir más, que obligarlo a comer demasiado al llenarle



excesivamente el plato, pues así resulta una situación conflictiva.

Seleccione para él, en la medida de lo posible, los alimentos que le sean atractivos en color, sabor y textura y que además sean nutritivos. También es importante darle, desde pequeño, alimentos con diferentes texturas y sabores, ya que él va a seleccionar los alimentos que son de su agrado y rechazará los que no lo son. De esta manera, la variedad de alimentos que consuma podrá ser mayor.

El niño debe aprender a masticar antes de los 8 meses para que su estómago pueda digerir perfectamente la comida. Si esto no sucede los alimentos le producirán diarrea (que se puede confundir con diarrea infecciosa) y pérdida del apetito.


Sirva las comidas en un horario fijo. Se pueden proporcionar al infante pequeñas cantidades de

fruta, queso o galletas entre las comidas.

Explique a su hijo, pacientemente, que los mejores alimentos son los que proporcionan al organismo sustancias nutritivas como proteínas, carbohidratos, grasas, minerales y vitaminas, y no aquellos que sólo tienen buen sabor y atractiva presentación pero que no aportan los nutrientes necesarios para su desarrollo.

Deberá evitarse el exceso de leche; un litro al día es suficiente para la mayoría de los niños mayores de un año.

Evite dar dinero a sus hijos para que compren golosinas durante el recreo. En lugar de ellos prepáreles un refrigerio sabroso y nutritivo.

Si su hijo no tiene apetito consulte al médico lo más pronto posible para conocer la causa y administrar el tratamiento adecuado. 



## La importancia del sueño en la edad escolar

José Eduardo Aguilar M.

El sueño no solamente es pausa placentera en la vida diaria del hombre sino que es una condición indispensable para su salud y el buen funcionamiento del organismo.

En los niños es especialmente importante el descanso adecuado, ya que, de esta manera, recuperan las energías gastadas durante el día en sus actividades tanto físicas como de aprendizaje, además de las empleadas en su crecimiento.

Al respecto, el doctor José Gamboa Marrufo, jefe del Servicio de Medicina Interna del Hospital Infantil de México, nos comenta: "Si no hay alteraciones del sueño, el niño descansa adecuadamente y nos percatamos de ello al ver que su peso y talla son normales, así como las actividades que realiza en el transcurso del día, sin que tenga deseos de dormir durante esas horas."

Existen algunas perturbaciones que pueden alterar el curso del

descanso. Las pesadillas, por ejemplo, que el niño recuerda al día siguiente, no propician el relajamiento de un sueño normal.

Los terrores nocturnos son sueños que el niño no recuerda. "A las dos o tres horas de haberse acostado —prosigue el especialista— el pequeño se sienta repentinamente en la cama grita, y tiene los ojos abiertos; sin embargo, está dormido. Los terrores nocturnos

por lo general se desencadenan cuando el niño ha presenciado algún suceso, película o programa de televisión que le produce miedo. Al acostarse se encuentra intranquilo y este estado aumenta cuando se apaga la luz, por lo que frecuentemente insiste en dormir en la cama de sus padres."

Los problemas de índole familiar pueden provocarles angustia, lo que impide que tengan un des-



canso relajado y esto va a repercutir en las actividades de los niños al día siguiente: no ponen atención en la clase, se duermen durante la misma y están malhumorados.

En el sueño, como en muchas actividades biológicas, intelectuales y sociales del ser humano, los extremos son malos. El niño deberá habituarse, al igual que para comer, a un horario para dormir y otro para desarrollar sus actividades. Su salud, derivada de una buena alimentación y del cuidado que se tenga en la prevención de enfermedades, aunada a una condición afectiva y emocional estable, y una educación que incluya los procesos de socialización en los que se verá inmerso, como parte del grupo humano, propiciarán un desarrollo armonioso y, seguramente, un buen sueño.

Un infante en edad escolar necesita entre ocho y diez horas diarias de sueño, aunque hay quienes requieren 12 horas y otros sólo seis para recuperar sus energías.


“En general —concluye el doctor Gamboa Marrufo— el escolar no necesita dormir la siesta, aunque ésta se acostumbra en las regiones de clima caluroso. Resulta de mayor importancia el que tenga un horario adecuado de descanso, procurando evitar variaciones que



el resten horas de sueño. No hay razón para que el niño permanezca despierto después de las 9 ó 10 de la noche y debe evitarse que vea programas de televisión propios para los adultos”.

El niño debe estar tranquilo y contento a la hora de acostarse y debe calmársele cuando el sueño sea interrumpido. Si las pesadillas son frecuentes, es recomendable que lo examine su médico general o pediatra. Es de suma utilidad que se platique sobre el contenido

de las pesadillas, ya que de esta manera es posible que se detecten las causas que le producen ansiedad. El examen médico revelará la probable presencia de otros padecimientos que puedan afectar sus horas de sueño.

Por mucho que el infante desee dormir en la cama de sus padres, ésta no es la solución al problema. Lo mejor es proporcionarle un ambiente familiar agradable, en donde exista una constante comunicación y afecto 



# La calidad de los uniformes escolares

Mario Caballero



Terminó el periodo de vacaciones, de nuevo las carreras diarias para preparar a los niños que van a la escuela y cuidar que lleven el uniforme, pues aunque este no es obligatorio, se ha hecho de uso común en primarias y secundarias.

Es un hecho la compra de ropa especial para que los niños se presenten en la escuela; lo menos que se puede hacer antes es buscar las mejores condiciones que redunden en beneficio del ahorro familiar. Con el fin de orientar y capacitar a los consumidores en la compra de estos productos, anualmente el Departamento de Ingeniería de la Subdirección Técnica del INCO realiza estudios acerca de la calidad de los uniformes escolares. Se evalúa el etiquetado, la correspondencia de las tallas señaladas con

las medidas reales, el acabado y el comportamiento de las fibras ante el uso y el lavado.

Las pruebas de laboratorio a que los técnicos del INCO someten las prendas están basadas en las normas nacionales de textiles, fijadas por la Dirección General de Normas de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, en las especificaciones publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 22-IX-82 y en las determinaciones técnicas establecidas por los propios investigadores del INCO.

Para la investigación de los uniformes de primaria se analizaron, en este año, un total de 150 prendas correspondientes a 20 marcas. En el caso de los usados en escuelas de nivel secundario el lote ana-

lizado fue de 230 prendas correspondientes a 22 marcas, que incluyen pantalones, suéteres, blusas, camisas, faldas y chazarillas. Las pruebas que se hicieron son las siguientes: Etiquetado del producto, acabado, concordancia de las tallas, identificación de fibras, decoloración, formación de borlas y cambio de tamaño por uso y lavado.

---

## Etiquetado

---

Normalmente cuando compramos ropa nos fijamos en la etiqueta únicamente para ver la talla de la prenda, pero sería mejor que la examináramos con mayor cuidado, pues indica las características del producto que vamos a comprar, de acuerdo al decreto

antes mencionado. Los datos que debe indicar el marbete son:

- Marca o nombre comercial.
- Material constituyente de la tela.
- Leyenda "Hecho en México".
- Talla.
- Razón social del fabricante.
- Instrucciones de lavado, planchado y demás complementarias para la conservación de la ropa.

El estudio hecho por el INCO demostró que en la mayoría de los casos no se cumplen con las indicaciones establecidas. En el caso de los uniformes de primaria el 62 por ciento de las muestras tenía datos incompletos, ya sea por la falta de instrucciones del lavado, por las relacionadas a la composición de la tela o por la falta de razón social del fabricante, entre otras. Por lo que toca a los uniformes de secundaria el 98 por ciento de las prendas contienen datos incompletos y sólo un 2 por ciento cumple con las indicaciones establecidas.

### Acabado de los uniformes

El terminado de la ropa es de mayor calidad en la medida en que menos tenga que intervenir el consumidor para hacerle arreglos



antes de su uso. Este aspecto cobra más importancia refiriéndose a uniformes escolares, pues el trato que los niños dan a la ropa exige mejores acabados que garanticen su resistencia.

Para evaluar el acabado de los uniformes el Departamento de Ingeniería del INCO analizó las siguientes características:

- Homogeneidad del color.
- Uniformidad de las costuras.
- Uniformidad del tejido.
- Firmeza de botones o broches.
- Terminado de ojales.
- Buen funcionamiento de cierres.
- Correspondencia entre botones y ojales.

De acuerdo al estudio el 45 por ciento de los casos presentan fallas de fácil arreglo por parte del consumidor, como son botones sueltos u ojales más chicos que los botones; esto es en lo que se refiere a los uniformes de primaria. Lo mismo sucedió con las prendas escolares para secundaria ya que sólo el 11 por ciento demostró tener mal acabado, como mal funcionamiento de cierres y por la tela "picada" de las chazarillas.

### Tallas

No se confíe de las tallas marcadas en la ropa; casi nunca coinci-

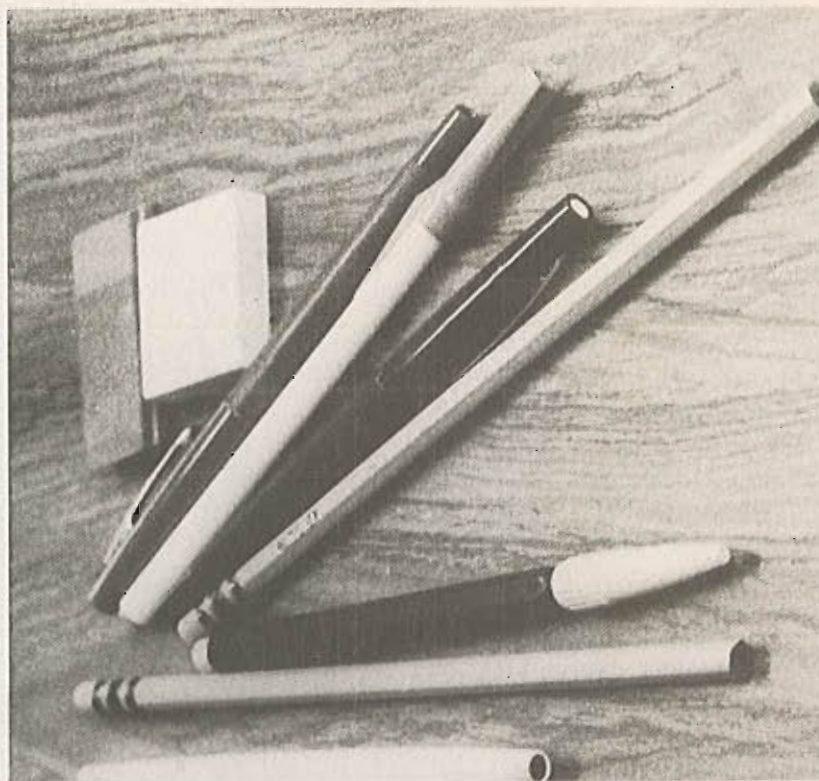
den con las medidas reales. El estudio demostró que en los uniformes escolares de primaria y secundaria las tallas están equivocadas en un 83 y 76 por ciento de los casos, respectivamente. Le recomendamos que antes de comprar mida la prenda a sus hijos; en caso de que no le permitan medirla verifique que se la puedan cambiar si no le queda y guarde su comprobante de compra para cualquier reclamación.

### Comportamiento ante el uso y lavado

De acuerdo al estudio, en lo que respecta a uniformes de primaria, el resultado fue favorable en 76 por ciento de las muestras; las fallas encontradas se deben a ligeras decoloraciones y pequeños encogimientos que no rebasan los límites de tolerancia. En las prendas para secundaria la situación es similar; sólo un 13 por ciento de las prendas analizadas mostró decoloramientos y encogimientos. Para la mejor conservación de la ropa le recomendamos que siga las instrucciones de lavado señaladas en las etiquetas, pues son las más adecuadas para la mayor duración de la misma. En caso de que la prenda no contenga estas indicaciones lave la ropa en casa y evite el uso de blanqueadores clorados que la dañan más rápido.

# Herramientas para escritura

Mario Caballero



La claridad en la escritura es importante en el proceso de enseñanza y depende fundamentalmente de las cualidades de los niños, aunque el instrumento de escritura utilizado es un buen auxiliar en este caso. Compre artículos para escribir de buena calidad, de esta manera protegerá su presupuesto y favorecerá el desarrollo de las aptitudes de sus

pequeños.

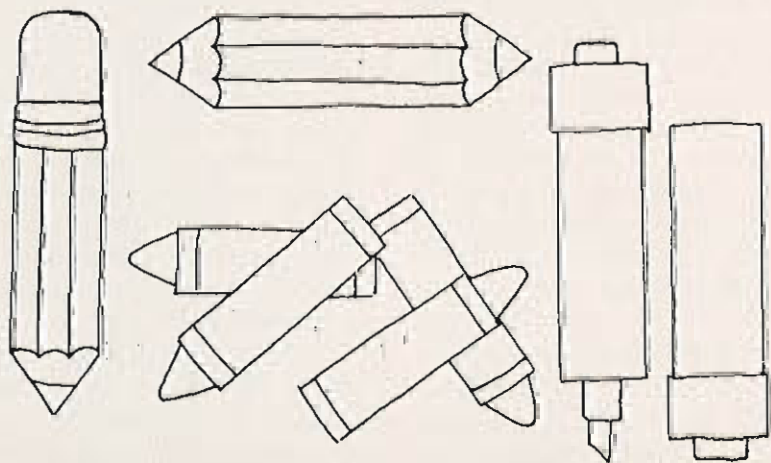
Para orientarlo, el Departamento de Ingeniería de la Subdirección Técnica del INCO realizó una investigación acerca de la calidad de las herramientas de escritura, el estudio abarcó 810 muestras correspondientes a 13 marcas y seis productos diferentes: lápices, bicolores, crayones, bolígrafos, lápices de colores y plumines.

## Lápices, pinturas de manera y bicolores

Los mejores instrumentos de este tipo son los que no presentan problemas al sacarles punta, según la investigación realizada por el Departamento de Ingeniería del INCO los bicolores y lápices de colores se prestan para esta operación con facilidad, a diferencia de los lápices donde un 28 por ciento de los examinados requiere de mayor fuerza de lo normal, este porcentaje se refiere a algunos modelos de la marca Astro.

En lo que se refiere a la intensidad de escritura, tanto lápices como bicolores demuestran calidad aceptable y es similar en todas las marcas, pero no es así en los lápices de colores pues hay diferencias de intensidad dependiendo de la marca e incluso entre distintos modelos de una misma marca.

La mayoría de las gomas de los lápices son de regular calidad o francamente mala por su baja eficacia al borrar y por un desgaste



excesivo, además en el 31 por ciento de los casos, las gomas se desprendieron muy fácilmente del lápiz, llegando al extremo marcas como la Dixon Ticonderoga en la que la goma se desprende prácticamente sola.

Si cuando su hijo escribe rompe con facilidad las puntas de los lápices, colores o bicolors, no se moleste, en gran medida no es su culpa pues, de acuerdo al estudio realizado por el INCO, en el 17 por ciento de las muestras analizadas el grafito con que están hechas las mismas es deficiente y frágil, y regular en un 39 por ciento de los casos. Esto eleva a más de la mitad —56 por ciento—, la probabilidad de que al escribir o dibujar se quiebre la punta.

Por último, tampoco se enoje si su hijo rompe fácilmente los lápices, quizás la razón sea que usted no eligió el más adecuado pues el 28 por ciento de los lápices analizados tiene el grafito unido a la madera sin pegar y a veces basta con una pequeña presión para que se rompan al escribir. Los modelos que demostraron mayor calidad en el grafito son: Dixon Ticonderoga No. 2, Astro Mercurio 2000, Astro Master-A, Dixon El Dorado para dibujo y en bicolors; el de mayor resistencia es el modelo Veritrin de Berol.

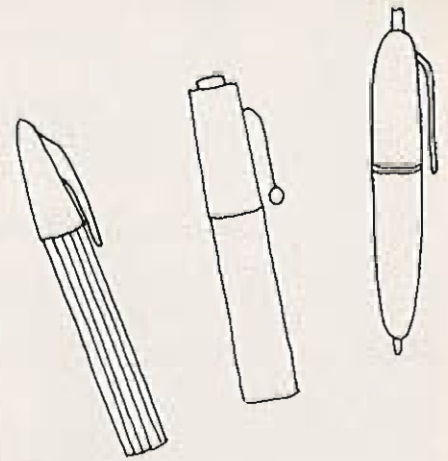
## Plumines

La investigación hecha por el departamento de Ingeniería del INCO abarcó 21 modelos correspondientes a 6 marcas, de este total un 26 por ciento tienen defectos que dificultan la escritura como son chorrear tinta y tardarse en secar. También se encontró que en la mayoría de los casos los plumines tienen mala calidad en el grado indeleble de la tinta, es decir, que si después de escribir, por accidente, le cae algún líquido o sudor a la tinta ésta se diluye fácilmente manchando las hojas.

## Crayones

Si de iluminar se trata, lo mejor son los crayones, el total de las marcas analizadas tiene buen acabado y en la mayoría de los casos hay una buena correspondencia entre el color señalado y el real al escribir.

El desgaste que sufren es similar en las distintas marcas y se mantienen dentro del margen de aceptable en las pruebas a que se le sometió. El problema más común es el de la uniformidad en el trazado, pues en el 53 por ciento de los casos tienen un trazado regular.



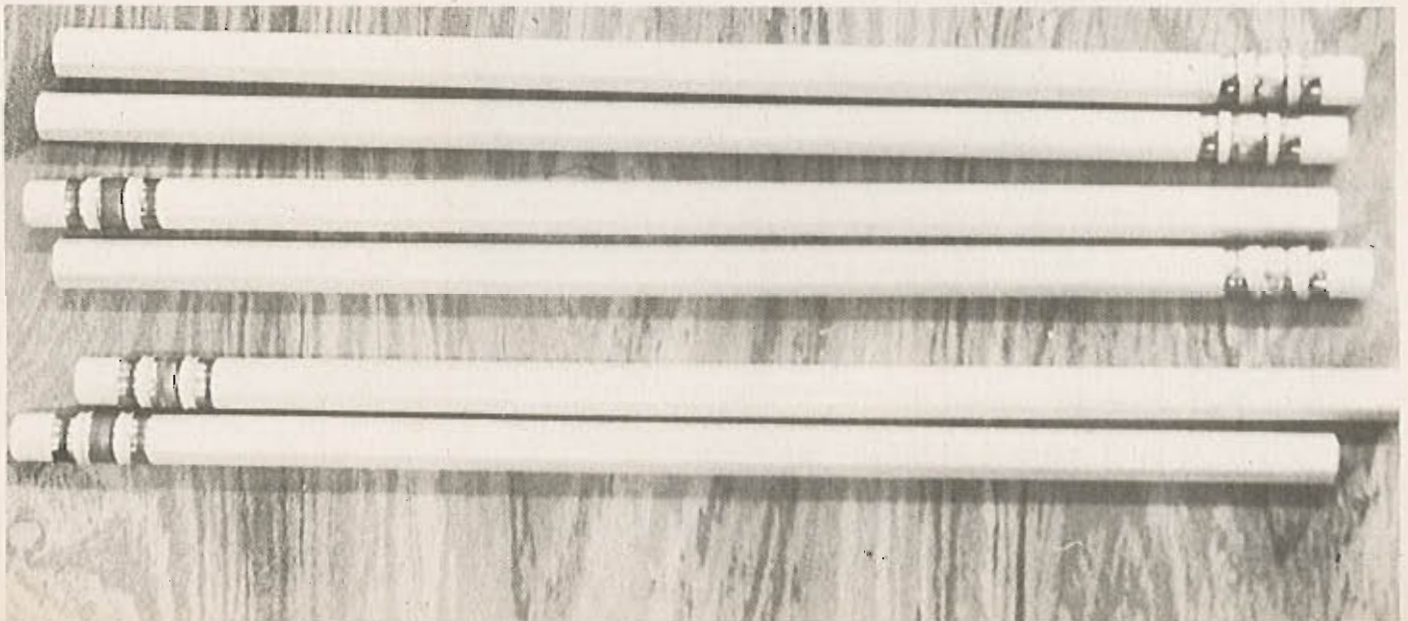
## Bolígrafos

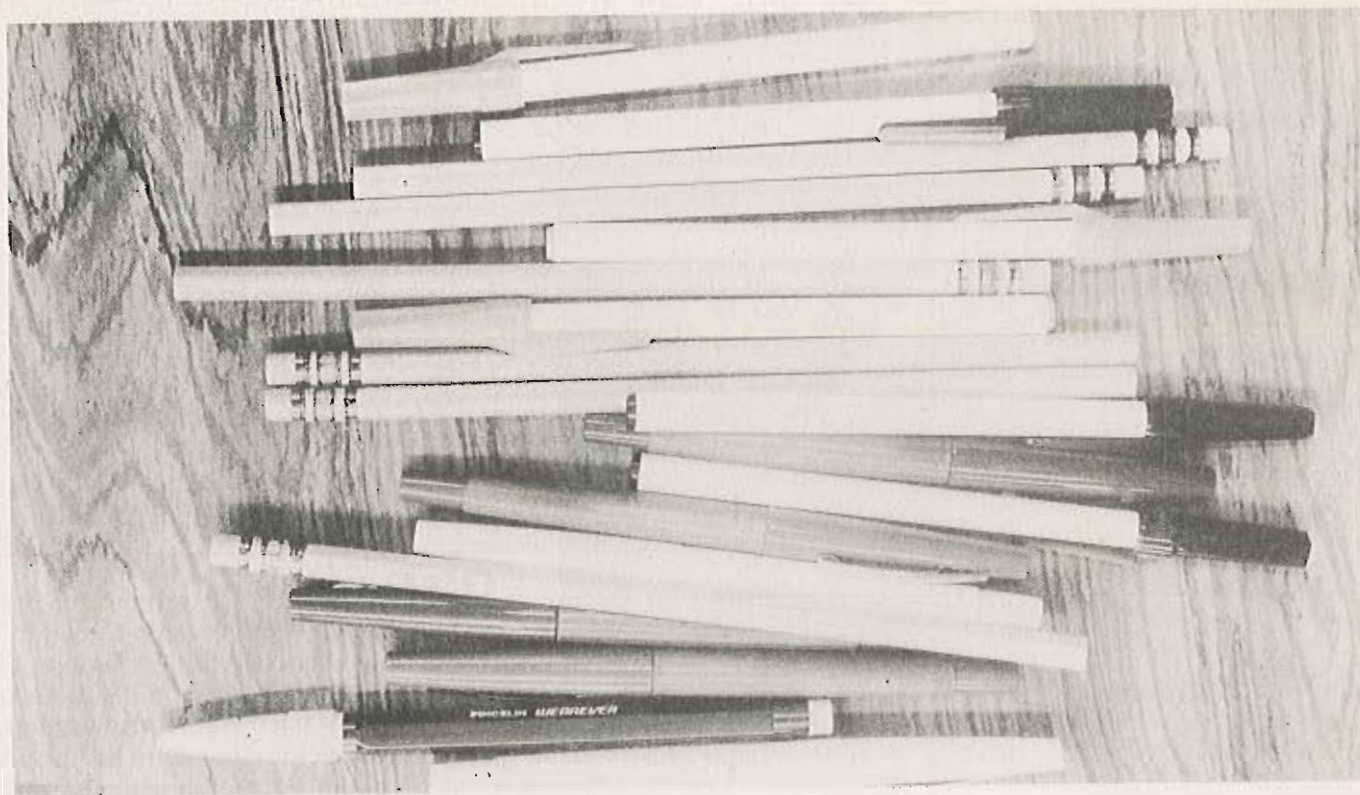
De acuerdo al estudio, en los bolígrafos con repuesto "gigante" el contenido de tinta es similar al "normal" a excepción del modelo Capri Clásico que contiene más tinta que los demás. En los modelos comunes, el 55 por ciento tiene fallas en la calidad de la escritura como soltar pequeños gramos de tinta al escribir, lo que implica que se manche el papel y duren menos.

## Sugerencias para comprar artículos de escritura y dibujo

**Bolígrafos:**

—Verifique que el contenido de tinta del repuesto no sea menor de 3/4 partes.





—Compruebe el buen funcionamiento del mecanismo de guardado del punto.

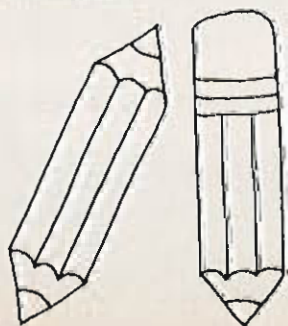
—Recuerde que el grueso y forma del bolígrafo debe ser parecido al de un lápiz. Si es más grueso o de forma sofisticada (cuadrada, plana, etcétera), dificultará la escritura, sobre todo a los niños.

—Tenga presente que existen dos tipos de puntos: fino y mediano. Para nivel escolar de primaria se recomienda el punto mediano.

—Escriba algunas palabras para verificar que la tinta no esté seca.

#### Lápices y bicolores:

—Asegúrese de que la pintura que cubre la madera no tenga agrietamientos ni esté maltratada,



pues puede ser señal de fracturas en la puntilla.

—Revise las gomas de los lápices, deben estar bien unidas al casquillo, limpias y ser ligeramente flexibles (blandas).

—Recuerde que cada lápiz es diferente, seleccione el más conveniente. Para escribir: mediano (No. 2 y 2 1/2) o duro (No. 3); para dibujo: suave (B), mediano (HB) o duro (H).

#### Pinturas de madera (colores):

Cerciórese de que el grafito esté bien centrado en la madera, de no ser así, al sacarles punta el afilado no será uniforme.

—Compre la cantidad exacta de pinturas que le piden. Hay cajas de 6, 12, 24, 36 y 48 colores, y dos tamaños: chicos y grandes.

—Recuerde que en la primaria no se necesitan muchos colores; las cajas de más de 12 son para niveles superiores.

—Adquiera pinturas de tamaño chico para grados inferiores al 4º de primaria.

—Tenga presente que los estuches de lujo no siempre correspon-

den a mejor calidad, pero sí son muy caros.

#### Plumines:

—Compruebe que la tinta no esté seca y que no haya escurrimiento dentro de la tapa que protege al punto.

—Observe que la tapa cierre con firmeza.

—Recuerde que hay diferentes tipos de puntos: delgado o fino, para escritura y trazos; mediano y grueso para iluminar.


—Cerciórese de que la punta no esté deformada o sumida.

#### Crayones:

—Compre sólo la cantidad de crayones que le piden al niño, hay cajas de 6, 10, 12, 24 y 36 colores.

—Observe que la envoltura individual de cada pieza esté bien pegada.

—Revise cada crayón y verifique que no esté roto.

Lea, por seguridad, si en el empaque está escrito que son nocivos para la salud 

# Entre pompas de jabón ¿cuál es la mejor elección?

Marta Sandra García M.

Uno de los productos necesarios en el hogar es el detergente y vaya que si lo es pues nos auxilia en la limpieza de trastes, ropa y en general de casi todos los objetos.

Los detergentes fueron inventados para limpiar, separando la mugre adherida a platos, pisos, ropa, etcétera. Contienen sustancias que mantienen a la mugre en suspensión dentro del agua de lavado y al mismo tiempo evitan que la partículas de suciedad se vuelvan a depositar en el objeto.

Por otra parte la publicidad nos muestra nuevos detergentes con características propias de cada marca. Así, nos anuncian productos que nos prometen blanquear, dar brillantez, y hasta renovar, sin contar con los que cortan la grasa de los trastes o aquellos que nos ayudan a divertirnos como "chicas vivas". Los hay también con nuevos aromas y granulitos de colores. Con toda esta gama de "monerías" el consumidor se desorienta ante tantos productos que se ofertan en el mercado sin lograr saber cuál es el mejor de ellos.

Ante esto, usted no debe perder de vista que no todo lo que brilla es blancura, ni todo lo que se promete se cumple, y menos cuando la publicidad no especifica el contenido del producto ni para qué sirve. Además, recuerde que la industria del jabón no es nueva, su historia se remonta a una antigüedad de dos mil años antes de Nuestra Era. En Roma ya se usaban, Pompeya fue otra ciudad del mundo antiguo en donde, incluso, se producía en fábricas.

En la Edad Media la industria del jabón se mantuvo en manos de Inglaterra, Italia y Francia, y en el siglo XVIII esta industria alcanzó un notable desarrollo sobre to-



do en Marsella, ciudad que se convirtió en centro importante de la producción de jabón.

En esa época la obtención del limpiador era un proceso muy laborioso. Fue hasta el siglo XIX cuando se desarrolló un mejor proceso para la obtención de la sosa cáustica —elemento base en la

fábrica de jabón—, se redujo el costo y como consecuencia aumentó la producción.

Posteriormente, en nuestro siglo XX, nacieron en Alemania los detergentes sintéticos. En 1930 se desarrollan sustancias tales como los alcoholes sulfatados, en 1950 los detergentes se fabricaban me-

diante reacciones químicas (de tétrámero de propileno con benceno y sulfanando el producto).

A partir de 1965, la industria del ramo creció gracias a el uso de los fosfatos. En 1970 se inició el uso de enzimas en las formulaciones de detergentes.

Actualmente, para elaborar un detergente en polvo se hace necesaria la combinación de diferentes materias primas, las cuales pueden englobarse en cuatro grandes grupos: agentes tensoactivos, formadores, rellenos y aditivos.

**Los agentes tensoactivos:** tienen la capacidad de humedecer, remover y suspender la mugre, penetrar materiales porosos, dispersar partículas sólidas, emulsionar aceites y grasas, y producir espuma cuando se agitan, generalmente es un alquilaryl sulfanato de sodio, sustancia que por su estructura molecular es contaminante (no degradable).

**Los formadores:** son elementos que contribuyen a fortalecer la acción de los agentes tensoactivos, especialmente en lo que se refiere a la dispersión, suspensión y segregación de la mugre. Una de sus funciones técnicamente hablando,

es la de ser ablandadores de agua (sustancias que hacen que el detergente produzca más espuma y trabaje mejor en aguas duras), los ingredientes usuales son los fosfatos (tripolifosfato de sodio principalmente), los carbonatos (bicarbonato o borax) y los sulfatos (sulfato de sodio). Son inofensivos para el hombre y esenciales para toda clase de vida; son naturales

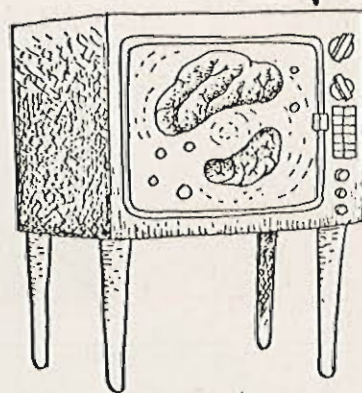
en el medio ambiente y siempre han estado presentes en el agua.

**Los rellenos:** cumplen dos tareas específicas. 1) Ayudan a prevenir que la mugre separada no se deposite nuevamente en el objeto que se pretende limpiar. 2) Disminuye la acción corrosiva de otros componentes del detergente cuando el lavado se lleva a cabo en máquinas lavadoras.

**Los aditivos:** entre estos se encuentran los perfumes, abrillantadores y blanqueadores ópticos y enzimas. Brindan características determinadas, según la marca y presentación del detergente; pueden ser su olor, la blancura azulada, su acción biológica, etcétera.

A pesar de lo que diga la publicidad, la mayoría de los detergentes están fabricados de igual manera; por lo tanto tienen la misma función o al menos parecida. Ante la constante aparición en nuestro país de productos de este tipo, el Instituto Nacional del Consumidor realizó un nuevo estudio acerca de los detergentes para determinar la eficiencia de los mismos.

Se tomó una muestra de 29 elementos que incluyeron los detergentes en polvo, barra y tabletas, repartidas en 25 marcas. Aparte se adquirieron 4 marcas de jabón de



barra, usado para el lavado de ropa, y detergente normalizado (detergente que reúne las mejores características para lavar, se usa para pruebas de laboratorio y es un patrón a nivel internacional) para establecer una mejor comparación.

La prueba se llevó a cabo en lavadoras electrodomésticas. Se empleó agua con tres características: fría, menor de 21 grados centígrados; templada, aproximadamente 45 grados centígrados; y caliente, de 60 grados centígrados.

Los resultados fueron sorprendentes, ya que sólo con agua caliente y con la acción de la máquina lavadora se logra remover el 50 por ciento de la mugre.

El lavado con agua templada es de un 35 por ciento y con agua fría la remoción de la mugre es apenas de un cinco por ciento.

Por otro lado, los detergentes que contienen aditivos del tipo de las enzimas, son más efectivos cuando se usa agua fría. Mientras que los detergentes que tienen blanqueadores, resultan más eficientes al lavar con agua caliente.

Los detergentes que contienen enzimas y blanqueadores lavan mejor con agua templada. Sin embargo, no todas las telas son iguales y su lavado varía de acuerdo a las fibras de la tela, y la cantidad de mugre que ésta tenga, para no deformarla o deteriorarla.

Otra característica observada fue que algunos detergentes hacen menos espuma que otros, situación que representa una ventaja para aquellos consumidores que cuentan con lavadoras de tina que operan con tapa cerrada, ya que pueden evitar que la espuma salga por los bordes de la tapa o zona de depósito del detergente.

Finalmente, se estableció, en cuanto a la diferencia del lavado, que de la muestra estudiada sólo cuatro marcas lograron un nivel de **bueno**, 24 se consideran **regulares** y cuatro obtuvieron el nivel de **malas**.

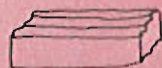
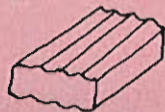
Las marcas se especifican en la tabla siguiente:

## Detergentes en polvo



Marca	Presentación (gramos)	Productor	Eficiencia (%)
Alianza	1000	Jabonería Guzmán S.A.	Regular
Ariel	1000	Protecter & Gamble de México S.A. de C.V.	Regular
Ariel Baja Espuma	1000	Protecter & Gamble de México S.A. de C.V.	Regular
Aurrerá	1000		Mal
Azul	10000	Detersol, S.A.	Regular
Cid	1000	Jabonería Guzmán, S.A.	Regular
Comercial	1000		Regular
Mexicana			
Doña Blanca	1000	Fábrica de Jabón la Corona, S.A. de C.V.	Bien
Fab Limón	1000	Colgate Palmolive S.A. de C.V.	Regular
Foca	1000	La Corona, S.A.	Regular
Fuerza Viva	1000	Colgate Palmolive, S.A. de C.V.	Bien
Gigante	1000		Regular
Gusanillos	2000	Fábrica de Jabón la Napolitana S.A. de C.V.	Regular
Impala	5000	Detersol, S.A. de C.V.	Regular
Lago	5000	Jabonería Guzmán, S.A.	Regular
Lago Biológico	5000		Regular
Lavomatic	1000	Colgate Palmolive, S.A. de C.V.	Regular
Paloma	5000	Industrial CONASUPO, S.A. de C.V.	Mal
Prodiij	5000	Sydesa, División Kogar	Mal
Rápido	1000	Protecter & Gamble de México, S.A. de C.V.	Bien
Rayo	5000	Detersol, S.A. de C.V.	Regular
Roma	1000	Fábrica de Jabón Corona, S.A. de C.V.	Bien
Zaz	5000	Productos químicos GOVI, S.A.	Regular

## Detergentes en barra y tabletas



Marca	Presentación (gramos)	Fabricante	Eficiencia (%)
Avivex	Barra de 420	Colgate Palmolive S.A. de C.V.	Regular
Biopunto	48 tabletas de 25 g. c/u	Industrias H-24 S.A. de C.V.	Regular
Don Máximo	Barra de 225	Procter & Gamble de México S.A. C.V.	Regular
Fab limón	Barra de 650	Colgate Palmolive, S.A. de C.V.	Regular

### Recomendaciones

Cuando necesite adquirir detergente para el lavado de ropa recuerde:

—Compare precios de la marca de detergente que desea adquirir.

—Las marcas más publicitadas no siempre resultan más eficientes en el lavado, ya que esto depende del tipo de mugre, de tela y de otros aspectos.

—Las presentaciones de detergente en barra o tabletas, aun cuando en algunas marcas se indica que se pueden utilizar en

lavadoras, resultan más eficientes en el lavado a mano, ya que no se diluyen completamente en el agua, cuando se usa lavadora.

—Si en la zona donde vive el agua es dura, el detergente le dará mejores resultados que el jabón.

—Remoje su ropa seis o doce horas antes de lavarla. Esto facilita la remoción de la mugre y además le ahorrá detergente.

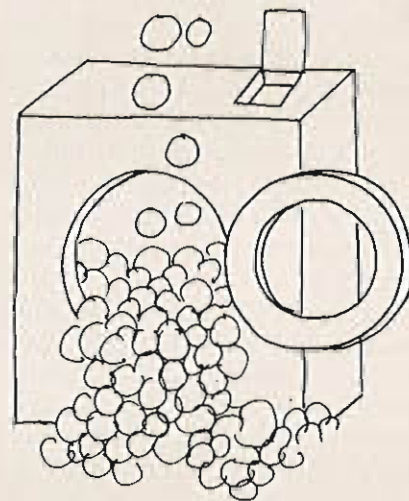
—No utilice blanqueadores o cloro junto con los detergentes, pues estos pierden efectividad. Aplique esas sustancias en el último enjuague.

—Si su lavadora es de tambor rotativo, es preferible usar detergentes que no hagan mucha espuma, ya que se puede obstruir el tambor y no lavar adecuadamente.

—La mayor producción de espuma no implica necesariamente que un detergente sea mejor.


—Utilice sólo la cantidad de detergente indispensable para lavar, aproximadamente 50 gramos por cada tina de ropa en lavadora o cuando el agua adquiera una consistencia jabonosa (resbalosa) sin que las partículas se adhieran a la mano.

—Recuerde que usar detergente en exceso además de provocar irritación o resequead en la piel, también contamina el agua y más adelante los ríos, lagos y mares.



### Consejos útiles

—Para que la ropa blanca de nylon no se ponga amarillenta, antes de lavarla remójela en agua tibia mezclada con media taza de bicarbonato de sodio.

—Un buen compuesto para lavar se obtiene al disolver medio kilo de lejía (se compra en los puestos de jarciería de cualquier mercado) en ocho litros de agua a la cual se agrega un cuarto de kilo de bórax (se consigue en la farmacia). Esta mezcla se guarda en un garrafón y por cada tina de ropa sucia añade una taza del líquido. 



# La publicidad y la mujer

Amalia Beltrán E.

La publicidad afrenta diariamente a la mujer con sus mensajes sexistas que presentan modelos elegantes ataviados con pieles y joyas, y que ofrecen "belleza y distinción" a través de un producto "x", en un país en el cual la mayoría de ellas desearía tener un guardarropa elemental.

Acerca de este tema, y para hablar un poco más sobre la mujer, entrevistamos a la periodista Martha de la Lama, conductora del programa 'A Brazo Partido' y 'Niños, Niños, Niños', de canal 13; 'Sex 7', del canal 7 y 'Libros, Autores y Lectores', del canal 11 de televisión. La señora de la Lama nos recibió en sus casa, rodeada de interesantes y bellos objetos antiguos, y con su afabilidad característica contestó a todas nuestras preguntas.

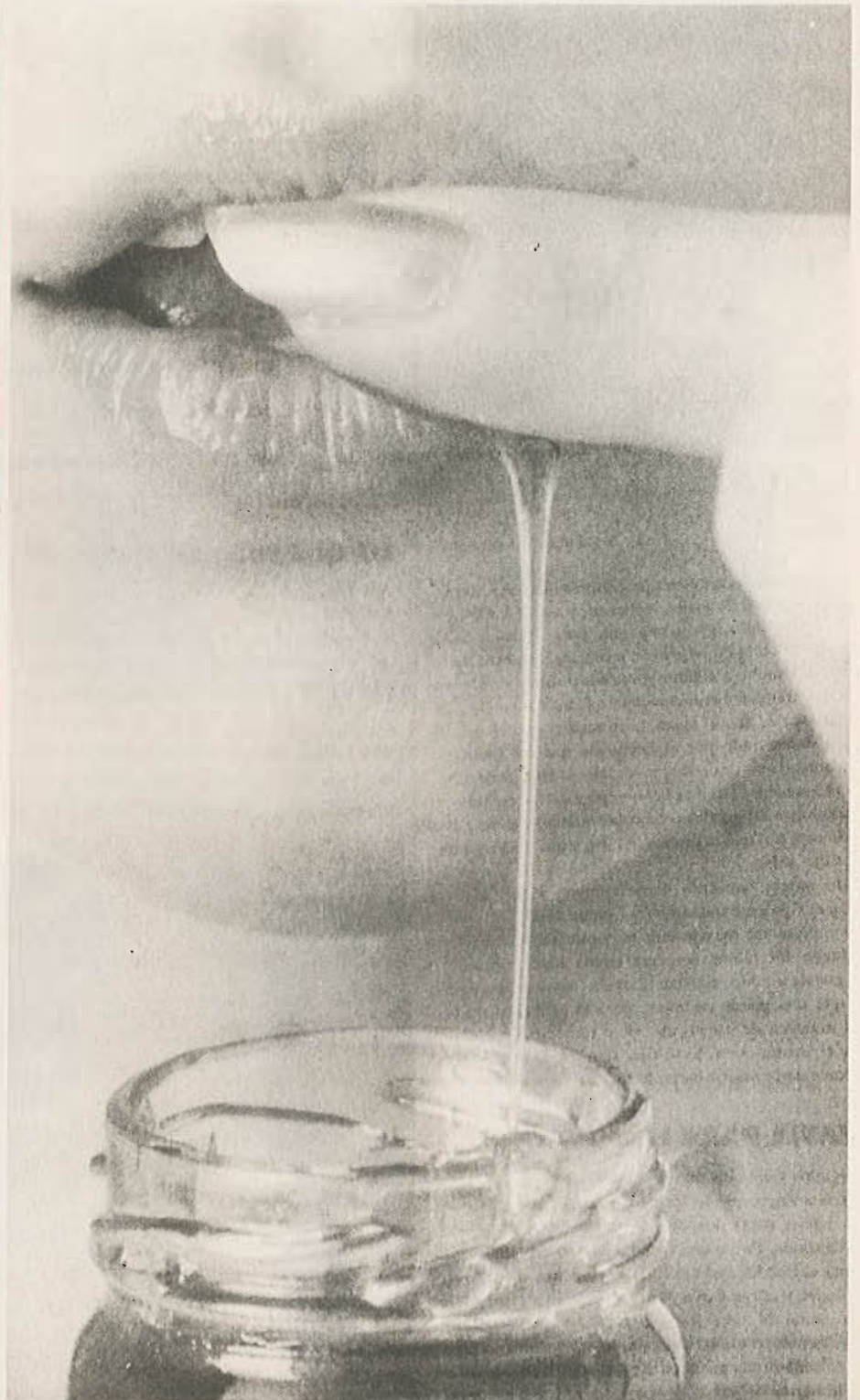
## A la mujer se le quiere santa y se le desea impura

—¿Cuál es el papel de la mujer dentro de la sociedad actual?

—No es posible generalizar el papel de todas las mujeres. Se sigue dando la mujer tradicional, soporte de toda la familia, la prestadora de servicios dentro de su hogar, abnegada y negándose a sí misma en pro de los demás.

Existe también la dama que sale de su casa a trabajar, quien se enfrenta igual que el hombre a la lucha diaria por el trabajo, y suma a ello la problemática por ser mujer y ama de casa; ella no sale de su hogar porque lo considere una necesidad vital o una forma de realización personal, sino por una exclusiva necesidad económica.

Por otra parte —agrega Martha—, está la que sale a trabajar,



lo necesite o no, la que estudia porque quiere alcanzar mayor conocimiento y desarrollo personal. Por último tenemos a la de vanguardia, la mujer que no se conforma con el estatus que graciosamente se nos concede, sino que desea una mejor condición para el ser humano dentro de nuestra sociedad.

—¿Cuáles son las limitaciones que tiene la mujer para desarrollarse dentro de nuestra sociedad?

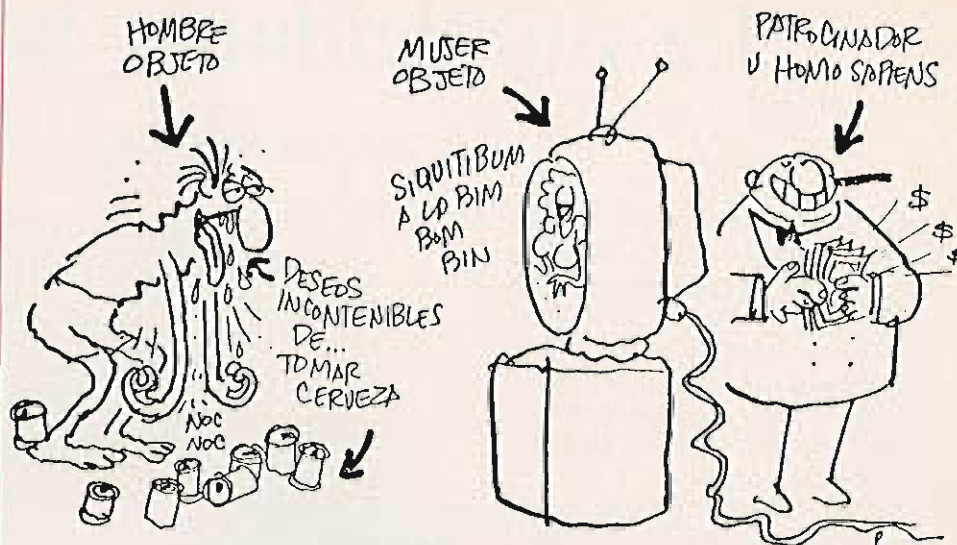
—Sus limitaciones son de tipo cultural. Estamos poco equipadas para la lucha y para enfrentarnos con la vida; no se nos ha permitido, al parejo del hombre, desarrollarnos y capacitarnos, este es un problema de siglos...de generaciones. Pueden existir otras limitaciones individuales, como cada ser humano las puede tener, físicas o intelectuales, pero esto es lógico y normal.

### **Bella y sensual...Vida y esplendor...**

—¿Cuál es el enfoque que la publicidad le da a la mujer?

—En una gran proporción es la mujer de dos tipos: la "sexí", el objeto erótico, la cual, mediante un perfume, una prenda de vestir un tinte y las cosas más inverosímiles de la vida, va a conseguir el "gran premio": un hombre evidentemente guapo, joven, adinerado, etcétera, pero básicamente un varón, ya que es la máxima recompensa a que podemos aspirar las damas de nuestra sociedad. Sin un caballero que nos respalde, que nos proporcione su apellido y por ende que nos haga madres, pues prácticamente no somos nada; en este caso no se maneja la cuestión maternal, sino la erótica.

Dicha situación se presenta también en algunos comerciales de hombres: a través de objetos como un coche, una cartera u otro objeto que presupone un alto nivel económico, van a obtener el "éxito", consistente en tener a todas las mujeres deseadas, pero como si fueran un objeto, las jóvenes, las



utilizables, las voluptuosas y las sexis. En este caso a la mujer se le utiliza como gancho, como un adorno, al cual el varón aspira para satisfacer su deseo sexual.

### **¿Así limpias cuando viene mi mamá?**

Asimismo —señala la conductora de televisión—, se encuentra la mujer como ama de casa, la compradora de todo lo que tiene que ver con el hogar, exaltando sus valores como prestadora de servicios; la que va a conseguir un

beso o el afecto de su marido porque le ofrece una toalla suave; quien va a lograr que la quieran mucho en su casa si adquiere una lavadora que sí funcione o la que es aplaudida por su suegra porque hay un "Maestro Limpio" que le deja brillante la casa. Esta es la dama servidora que obtendrá el respeto de su familia y de la sociedad en general, mediante los artículos que la publicidad le ofrece.

—¿En síntesis, cuántos tipos de mujer se utilizan en la T.V.?

—Ama de casa y madre, "sexí" y lujuriosa.



## ¿Por qué fumas Baronet?

—¿Cuáles son los comerciales que denigran más a la mujer?

Segura de sí misma y sonriente, Martha de la Lama contesta:

—Hay un sinfín de éstos, pero existen comerciales en los cuales la mujer hace el papel de tonta y siempre pregunta. Entonces, el señor, que es el que sabe, le dice a la pobre tontita, pero bonita, cómo hacer las cosas. La mujer, difícilmente en un anuncio de T V o radio es la que maneja la información. Siempre somos las bobitas, las que necesitamos la mano firme del hombre o no somos nada.

—¿Qué opinión te merece este tipo de publicidad?

—El problema no es tanto presentar a la mujer como esposa, como madre o simplemente como un objeto bonito, sino el presentarla así exclusivamente. A mí no me parece mal que se hable de la mujer que lava cacharros, pero el sugerir que la dama tenga como tarea, como fin, como destino, el lavar cacharros, sí me parece mal y la publicidad tiene que ver con esto exactamente. Me parece francamente condenable la falta de una presencia real de la mujer en todos los mensajes.

## La rubia que todos quieren es la Rubia Superior...

Ante la pregunta de que si los mensajes publicitarios se ajustan a nuestra realidad social y económica, la periodista contestó enfática:

—Por supuesto que no, por ejemplo en un comercial "x" la modelo con un busto precioso trae puesto un brasier muy bonito y al tiempo que se quita un anillo de brillante, dice: "me lo dijo sin palabras", yo no creo que alguien me regale una joya por usar esa prenda.

Sin embargo, este tipo de comerciales crean frustración en las mujeres porque no logran conseguir todo lo que la publicidad les está mostrando y además no pueden ser como las modelos que



anuncian los productos, pues nos están marcando un tipo de belleza física que nada tiene que ver con nuestras características de mujeres latinas y con nuestra realidad.


Existen anuncios que incluso son hasta insultantes, si tomamos en cuenta el problema económico al que nos estamos enfrentando y todavía nos hacen desear un tipo de vida que no es el nuestro.

Finalmente, preguntamos a Martha de la Lama cuál debe ser la actitud de las mujeres consumidoras ante este tipo de mensajes, ella respondió:

Hay que despertar, de hecho se hace, pero hay que poner mayor énfasis en esto. Es necesario tener una actitud crítica, no ser receptáculo de cuantas cosas quieran ofrecernos y ordenarnos comprar.

Debemos ejercitar nuestro poder de análisis y encontrarle el meollo a las cosas. ¿Por qué esto? ¿por qué lo otro?... El boicotear un producto también sirve bastante. Si nos están ofreciendo un producto en forma humillante, pues no hay que comprarlo. No puede ser bueno un artículo que utiliza esos medios de publicidad.

Por ejemplo, si nos muestran una crema que nos va a dejar lisitas las arrugas para que nuestros esposos nos quieran mucho, aunque ellos estén hechos una desdicha, pues no compramos la crema; no nos va a quitar ninguna arruguita y además le vamos a hacer el "caldo gordo" a esos cretinos "publicistas".

Tales son las opiniones de Martha de la Lama ¿cuáles son las tuyas? 

# Contra las engañosas ventas a domicilio

Genaro Núñez Márquez

La frecuencia de la quejas, que se reciben en el INCO, en relación a las amañadas "ventas a domicilio", nos obliga una vez más a ofrecer al consumidor una orientación básica para que no se deje atrapar en la red desplegada por empresas que hacen del comercio su ocupación habitual.

Cuando se iniciaron las "ventas a domicilio" los comerciantes tomaron en cuenta sobre todo a personas que por el momento podían carecer de recursos para pagar al contado, y funcionó como incentivo el otorgarles crédito. Con el paso del tiempo, esta modalidad de ventas fue creciendo y las técnicas para vender se fueron perfeccionando; se sometió a cuidadosos estudios, para aumentar las ganancias de los mercaderes.

Muy pronto en los departamentos o gerencias de ventas de las empresas mercantiles, se establecieron sistemas de capacitación a vendedores en las modernas técnicas para comerciar, con el evidente propósito de preparar a verdaderos ejércitos entrenados para

superar, con todo tipo de argucias, las negativas que pudieran oponerles los posibles consumidores.

Sin importar si el producto o el servicio a ofrecer fuera verdaderamente útil o necesario para "el cliente", se adiestró al vendedor para aplicar las siguientes bases generales: a) captar la atención del cliente; b) despertar interés hacia el producto; c) propiciar el deseo de adquirirlo y d) provocar la acción de compra.

Desafortunadamente, muchos son los consumidores han caído y siguen cayendo en el error de comprar a crédito en sus domicilios, víctimas de las modernas técnicas de venta y de la mera comodidad que en apariencia les representa tal compra, impresionados por las "explicaciones y demostraciones", por parte de los vendedores, acerca de las "ventajas y virtudes" del producto que les ofrecen.


En anteriores números de la **Revista del Consumidor** se han analizado cuidadosamente varios aspectos importantes de las "ventas a domicilio", tales como los referentes a cuáles son los artículos que con mayor frecuencia se venden a créditos en los domicilios de los consumidores; cuáles son los sectores de la población más afectados por esas ventas; cuáles los argumentos que provocan la compra de caros e inútiles o mediocres artículos de consumo; cuáles las principales y más abundantes quejas presentadas por los consumidores al INCO y cuáles las recomendaciones legales y de carácter



práctico que el propio instituto ha venido haciéndoles para que no se dejen sorprender.

Ahora sólo queremos hacer hincapié en que siempre será importante para el consumidor recordar que a partir de su firma del contrato de compraventa realizada a crédito en su domicilio, cuenta con cinco días hábiles (se excluyen sábados, domingos y demás días feriados previstos en la ley) para revocar sus consentimiento sin responsabilidad alguna, es decir, que podrá cancelar su pedido mediante aviso entregado personalmente al agente vendedor, o bien remitido por correo certificado con acuse de recibo o por otro medio fehaciente, según lo dispuesto por artículo 48 de la Ley Federal de Protección al Consumidor.

Asimismo, para una mayor comprensión de los recursos legales con que cuenta el consumidor, se le recomienda la lectura de los artículos 46, 47 y 49 de la mencionada ley, que integran el capítulo denominado de las "Ventas a Domicilio".

Si tiene dudas, acuda o llame a las oficinas del Instituto Nacional del Consumidor en donde recibirá orientación. En caso de tener algún problema, no dude en acudir a la Procuraduría Federal del Consumidor 

LA VERDAD  
ER... YO NO QUIERO  
ABUSAR DE SU  
TIEMPO... OTRO DÍA  
LE MOSTRO NUESTRA  
POPOLIA DE OFERTAS...



# Los adolescentes y el consumo de alcohol

José Eduardo Aguilar M



En nuestro país, tanto en las zonas rurales como en las urbanas, el consumo de alcohol entre los jóvenes crece en proporciones cada día más alarmantes.

Muchos de ellos empiezan a beber antes de los 12 años y, conforme se adentran en el vicio, la familia y la sociedad los van rechazando. También disminuye su aprovechamiento escolar y es común que abandonen los estudios.

Empiezan a beber en compañía de los amigos pero, en fases avanzadas del alcoholismo, beben a solas. Algunos, no conformes con los efectos que les produce el alcohol, experimentan con drogas, marihuana o cemento. Otros incurrir en actividades delictuosas y pronto son aprehendidos y encarcelados, terminando con toda posibilidad de progreso y de llevar una vida normal.

Investigaciones en diversos países coinciden en que la proporción de gente joven que bebe va aumentando y que la edad de inicio de la bebida va disminuyendo.

Un estudio en los Estados Unidos identificó al 30 por ciento de

los estudiantes de 13 a 18 años como "bebedores problema", el 50 por ciento se había emborrachado por lo menos una vez durante el año anterior y el 25 por ciento había llegado a tal estado en más de cuatro ocasiones.

En Canadá, un análisis realizado en tres ciudades, entre estudiantes de secundaria, demostró que un 40 por ciento de los alumnos se había emborrachado durante el mes anterior y un 7.4 por ciento lo había hecho en fecha reciente y con una frecuencia aproximada de una vez por semana.

El Centro Mexicano de Estudios sobre Salud Mental (CEMESAM), realizó una investigación entre la población de 14 a 18 años en el área metropolitana y se descubrió que el 63 por ciento de los varones y el 55 por ciento de las

mujeres habían consumido alcohol por lo menos alguna vez.

¿Por qué beben los adolescentes?

Hay muchas teorías que tratan de explicar por qué beben. Algunos investigadores señalan que muchos lo hacen porque tienen padres que prueban su comportamiento pero no predicán con el ejemplo. En otros tiempos, el que los muchachos tomaran constituía una forma de rebelión y era casi siempre disimulada u ocultada.

Otra teoría atribuye la iniciación en la bebida a la presión de los compañeros. Dice que buena parte de los adolescentes beben por el deseo de lograr la aceptación de sus conocidos. El ser aceptado por el grupo o la pandilla es de máxima importancia y, como consecuencia, son presionados o inducidos a la bebida para ser reconocidos como miembros del grupo.

CEES

Para muchos jóvenes el beber representa un símbolo de acercamiento a la edad adulta. Del mismo modo que algunos imitan a sus padres vistiéndose con sus ropas, hay otros que empiezan a beber con el fin de sentirse mayores. Cuando se les pregunta por qué lo hacen, responden: "Lo hago para sentirme bien", "para sobresalir" o "tener más aplomo".

Los problemas familiares, el complejo de inferioridad y las frustraciones son causas que los orillan hacia el vicio.

Benito, miembro del grupo Jóvenes de Alcohólicos Anónimos, opina: "Yo creo que la principal causa del alcoholismo es la falta de comunicación entre padres e hijos, ya que los mayores no nos informan de manera adecuada sobre sus peligros y tampoco nos advierten que es una enfermedad progresiva y mortal".

Jorgé, del mismo grupo, confiesa: "Desde pequeño soñé con ser gente importante y comprarle a mi mamá una gran casa; al ver la imposibilidad de realizar mis sueños recurrí al alcohol, para mitigar mi frustración".

Las campañas publicitarias en los diversos medios de comunicación informan sobre las diversas opciones y marcas de bebidas alcohólicas, utilizando modelos de comportamiento y de clase social que, en la mayoría de las ocasiones, no son congruentes con la realidad de nuestro país.

Los adolescentes son especialmente vulnerables a este tipo de mensajes, por lo que gran parte de la publicidad de productos nocivos se dirige hacia ellos.

La mayoría, sin embargo, no se emborrachan cuando empiezan a beber. Si un joven tiene dificultades con su familia, en la escuela o está sometido a la presión de sus compañeros, el alcohol puede ofrecerle un escape rápido pero peligroso. Cuando la bebida se convierte en un problema constante en cualquier aspecto de su vida, entonces el adolescente es un alcohólico.



Si su consumo comienza a edad temprana, los daños a la salud alcanzan proporciones mayores que en las personas que comenzaron a beber más tarde.

Las manifestaciones de las fases avanzadas del alcoholismo son trágicas: parrandas prolongadas, temores, alucinaciones y delirios, rechazo por parte de la sociedad, desempleo, malnutrición y, si la enfermedad no es tratada a tiempo, una muerte temprana. Esta generalmente es producida

por la cirrosis hepática, que es la degeneración y muerte de las células del hígado por acción del alcohol. Las células muertas son sustituidas posteriormente por cicatrices, por lo que el órgano pierde su capacidad para destruir las sustancias tóxicas que se producen normalmente en el organismo (como bilirrubina y amoníaco), que afectan a la mayor parte de los aparatos y sistemas del cuerpo. La cirrosis también provoca la aparición de várices en el



esófago y en el estómago, las cuales, al perforarse, provocan hemorragias muy intensas.

Los accidentes son la primera causa de muerte en México y una buena parte de ellos les suceden a personas que manejan bajo los efectos del alcohol.

Por tal motivo, es importante evitar que se den las condiciones propicias para que los adolescentes adquieran este vicio. Los padres y maestros deben informar a los jóvenes sobre los riesgos y consecuencias del alcoholismo, de una manera objetiva y clara, deben invitarlos a abandonar las malas compañías y a desarrollar actividades creativas como el deporte, la música y otras artes, que los mantendrán en buenas condiciones físicas y mentales.

Actualmente, Jorge y Benito realizan actividades dignas de elogiarse entre el Grupo Jóvenes de Alcohólicos Anónimos. Prestan ayuda a personas que, como ellos, son víctimas de tan grave enfermedad, y promueven los servicios de esta agrupación en cárceles y hospitales.

Jorge ha vivido por más de un año en las instalaciones del grupo y está listo para reanudar sus estudios e integrarse nuevamente a la sociedad.

A pesar de que la experiencia nos dice que la bebida en exceso puede ser peligrosa y aún fatal, los jóvenes continúan bebiendo.



Muchas personas manejan pretextos y complicados razonamientos para explicar su afición a beber. Estos son algunos de los más frecuentes:

—El emborracharse es divertido.

—Soy más amistoso cuando estoy ebrio.

—El alcohol es estimulante.

—Sólo tomo cerveza.

—Toda esa publicidad sobre los riesgos de beber y manejar un automóvil es exagerada.

—¡Vamos hombre! Unos cuantos tragos pueden ayudar a serenarte y relajarte.

—¿De qué te preocupas? Al menos no tomo drogas.

—Pero también mis padres beben.

—El alcoholismo es puramente imaginario.

—Nada más es la última.

—Las personas sólo se emborrachan cuando mezclan bebidas alcohólicas distintas; yo no lo hago así.

—Mis padres no beben, de modo que yo no puedo ser alcohólico.

—¿Dónde está el problema? Las personas que beban sólo se perjudican a sí mismas.


—Es difícil rechazar una copa.

—Muy pocas mujeres se vuelven alcohólicas.

—Mi amigo Tomás tiene 18 años y es todo un hombre. Puede beberse el solo una botella de licor y quedarse tan campante.

—Doy las mejores fiestas en la escuela y procuro que los vasos de mis amigos nunca estén vacíos.

—No hay que fiarse de una persona que no bebe.

Los pretextos usados por los jóvenes para ingerir bebidas alcohólicas son múltiples y complicados, pero por más convincentes que parezcan, ninguno es suficiente para justificar los excesos en la bebida. Es mejor llevar una vida sana que elaborar excusas que expliquen falsamente la propia destrucción física y mental. 





## Por la congelación de los precios, el desabasto de alimentos amenaza a Brasil

RIO DE JANEIRO 30 de Julio (EFE). El enfrentamiento entre el gobierno y los productores por la congelación de precios decretada el pasado 28 de febrero eliminó de la mesa de los brasileños la carne, leche, huevos, cebolla y patatas.

Estos productos comenzaron a desaparecer de las tiendas pues los comerciantes se niegan a pagar los incrementos dispuestos por los productores, quienes consideran que los precios actuales no les son rentables.

El enfrentamiento se inició hace dos meses con los productores de carne que exigen del gobierno un reajuste del 30 por ciento en los precios del ganado vivo.

En un intento por lograr un acuerdo con los productores, al desaparecer totalmente la carne

del mercado brasileño, el gobierno anunció hoy una rebaja del 2 por ciento en los impuestos a los ganaderos después de amenazar con decomisar el ganado que mantienen en las haciendas a la espera de mejores precios.

La situación se extendió a la leche y sus derivados, que también desaparecieron de las tiendas, lo que obligó al gobierno a importar 90 mil toneladas de Europa.

Las patatas, cebollas y huevos también desaparecieron de las tiendas desde el lunes pasado, cuando los propietarios de grandes almacenes decidieron no comprar estos productos con los sobreprecios impuestos por los productores.

El pollo que sustituyó a la carne en la dieta de los brasileños desapareció, pero no por el precio sino por la excesiva demanda.

El gobierno ha reiterado que no descongelará los precios y autorizó la importación de los productos que fallan. Esta decisión sin embargo no ha solucionado el desabastecimiento especialmente por las grandes distancias que deben recorrer los productos importados dadas las dimensiones de Brasil.

Fuente: Periódico el Sol de México, 31 de julio, pág. 2.

## Fue un éxito el programa de emergencia de Israel

### Congelar precios y salarios permitió romper la barrera psicológica y cayó la inflación

TEL AVIV, 30 de julio. El programa económico de Israel ha sido, en algunos aspectos un éxito mayor del que hasta sus más vehementes partidarios esperaban cuando fue implantado, hace un año.

En los meses transcurridos desde que se puso en marcha el programa hasta julio de 1985, el índice de precios al consumidor subía un promedio mensual de 15.5 por ciento, una tasa anualizada de 446 por ciento. Con la ayuda de un congelamiento parcial de salarios y precios, se destruyó una barrera psicológica clave y la inflación cayó como piedra.

El alza de precios promedió sólo 2 por ciento al mes entre agosto de 1985 y marzo de 1986. Desde entonces, el índice se ha estabilizado entre 1 y 1.5 por ciento, encauzando a Israel hacia la cifra de 21.4 por ciento para todo el año 1986, su mejor nivel desde hace más de una década. El control de precios se ha suavizado gradualmente en los últimos meses, sin ningún impacto discernible en el índice y, según Naubach, ese control será levantado totalmente para octubre, salvo en aquellos rumbos en los que el gobierno ha administrado los precios por tradición.

## Compañía refresquera adquiere la cadena de Kentucky

De The New York Times

La Pepsico Inc., que durante mucho tiempo ha ocupado el segundo lugar en el negocio de las bebidas gaseosas, dijo que podría adquirir la cadena de restaurantes de la Kentucky Fried Chicken en 850 millones de dólares, medida que la elevaría al segundo lugar de la, ferozmente competida, industria de comida preparada para llevar.

La compra de Kentucky Fried Chicken le daría a la Pepsico la propiedad de tres de las 10 cadenas de restaurantes más grandes de la Unión Americana. Ya posee Pizza Hut y Taco Bell, ambas empresas líderes en su rama. Con la Kentucky Fried Chicken, por mucho la más grande de las cadenas que venden pollo frito, las operaciones de restaurantes de la Pepsico tendría un sistema de ventas a nivel nacional de más de 7 mil millones de dólares.

En términos de expendios las cadenas combinadas de Pepsico con 14 mil restaurantes, excederán los 9 mil que tiene McDonald's.

La adquisición que, deberá de pasar por aprobación final por ambas compañías y pasar la aceptación de los reguladores antimonopolios del gobierno, también ayudará a Pepsico en sus esfuerzos por atrapar a su archirival Coca-Cola, en la venta de bebidas refrescantes.

La mayoría de los expendios de Kentucky Fried Chicken sirve Coca-Cola en sus fuentes, pero la Pepsico inmediatamente la cambiará en los 1,800 restaurantes de la compañía para vender sus propias bebidas de soda. Kentucky Fried Chicken es la segunda fuente de venta de Coca-Cola, después de lo que venden en McDonald's.

La Pepsico subrayó que la razón principal de la adquisición era expandir su negocio de restaurantes, que el año pasado representó un 26 por ciento de sus ingresos de 8,100 millones de dólares.

Fuente: Periódico **Novedades**, 31 de julio de 1986, pág. 3.

Mientras tanto, las reservas en los cofres del Banco de Israel volvieron a subir a un nivel más saludable, estimulados por 1.13 mil millones de los 1.5 millones de dólares en asistencia urgente prometida por Estados Unidos — concedidos a cambio de reformas económicas que no se han efectuado. Al final de mayo, las reservas eran de 3.1 mil millones de dólares.

No obstante el notable adelanto logrado en ambos objetivos centrales del gobierno — reducir considerablemente la inflación y al mismo tiempo mejorar la balanza de pagos —, al reciente primer aniversario del programa produjo una serie de advertencias de todos lados de que todavía quedaba mucho por hacer.

En julio de 1985 pudimos mitigar la fiebre con una inyección — declaró el doctor Emmanuel Sharon, director general del ministerio de Finanzas — pero todavía no hemos curado la enfermedad.

"No estamos al final del cambio de la recuperación económica, sino más probablemente al principio mismo" aclaró a un público impaciente por un reno-

vado crecimiento real después de varios años en que la economía se ha mantenido estática o ha declinado.

El pronóstico oficial para el crecimiento del producto nacional bruto este año es de 2.5 a 3 por ciento, ligeramente superior a 1.9 por ciento registrado en 1985 pero todavía lamentablemente bajo en términos per cápita.

En términos de volumen las exportaciones decrecieron en los primeros meses de este año, según un estudio preparado por Euroteam, una firma de asesoría local que advierte sobre los peligros de una renovada presión sobre la balanza de pagos y las reservas, a menos que el gobierno tome providencias para estimular las exportaciones.

Pero lo que preocupa más a los economistas de Euroteam y a los funcionarios de la Tesorería es el hecho de que el gobierno todavía necesita hacer profundos recortes en su propio gasto, si es que desea crear las condiciones para un crecimiento firme. Y se sigue oponiendo a esto.

Fuente: Periódico **Excelsior**, 31 de julio 1986, pág. 1

## Propone la CTM el fortalecimiento del INCO y de otras organizaciones afines

Fortalecer las acciones del Instituto Nacional del Consumidor, así como las de la CONASUPO y la Procuraduría Federal del Consumidor, propuso la Confederación de Trabajadores de México al Lic. Miguel de la Madrid Hurtado, Presidente de la República, en un documento encaminado a establecer las bases de una nueva política económica.

La central obrera plantea que el gobierno y las organizaciones de los trabajadores deberán impulsar una campaña para reorientar el consumo a favor de bienes realmente necesarios, que alienten el crecimiento y desarrollo de las industrias que elaboran este tipo de mercancías, para contrarrestar así los hábitos de consumo de productos chatarra, que en nada contribuyen al desarrollo de los mexicanos y del país.

En la parte intitulada "Mercado interno, salarios y precios", la CTM menciona como una condición política

de reactivación la necesidad de restablecer el mercado interno, para lo cual propone elevar de manera significativa y en lo inmediato el nivel de compra de los salarios y mejorar el poder adquisitivo de los trabajadores, acorde al crecimiento de la inflación.

Para asegurar lo anterior se hace referencia al control y estabilización de precios, reforzada con una política de protección al abasto y al consumo popular.

En el mismo documento, que recoge los resultados de la V Reunión Nacional Económica de la CTM, se define como objetivo principal el establecimiento del salario remunerador y, por tanto, la elevación de la calidad de vida de las mayorías, acciones a partir de las cuales se imprima una lógica específica a la estructura y funcionamiento del sistema económico.

Fuente: El Día agosto 4 de 1986.

## Ninguna iniciativa para frenar los precios en los medicamentos

### Únicamente quieren aumentar los costos cambian de evanse y ya

Basta agregar alguna sustancia inofensiva a los inalterables principios activos de la medicina patente, y cambiar su presentación para que, con nuevo nombre "X" se registre con un precio elevado.

Esto, además de los constantes incrementos de precios de los fármacos, que los laboratorios logran periódicamente: cada seis meses en promedio.

Hay una circunstancia más que favorece la especulación: que los laboratorios químicos farmacéuticos que operan en

México, compran en la casa matriz en el extranjero las sustancias que importan y las fórmulas de las medicinas.

Por tanto, las utilidades que se obtienen de varias fuentes, con la consiguiente salida de divisas y con la evidente ganancia ilícita.

Las anteriores consideraciones fueron hechas a *El Sol de México* en entrevista con directivos de cuerpos colegiados y médicos distinguidos en su profesión.

En tanto la presentación del envase es más sugestiva y

## Crea SECOFI el premio nacional de calidad

Como un estímulo para reconocer y premiar el trabajo de los industriales nacionales que se esfuerzan por mejorar la calidad de los productos que fabrican, la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI) dictó un acuerdo mediante el cual se establece el Premio Nacional de Calidad, que entra en vigor el 24 de julio de 1986.

Dice el acuerdo de la SECOFI que es necesario fomentar la producción de artículos competitivos, en calidad y precio y estimular al fabricante nacional, que aplica controles de calidad

en su producción, para mejorar sus productos.

Por este motivo se debe reconocer el esfuerzo de superación que muestra la bondad de tales productos en beneficio del consumidor nacional y extranjero.

El Premio Nacional de Calidad consistirá en un diploma al Mérito para cada una de las industrias seleccionadas. A los 10 primeros lugares se les otorgará además, el reconocimiento especial que acuerde el comité que se formará y que estará presidido por el subsecretario de Fomento Industrial.

## Sustituyen verdaderos alimentos por golosinas, que muy a menudo provocan la obesidad en el consumidor

Puebla, Pue. (OEM).-Los valores nutritivos de algunos alimentos han sido sustituidos por atractivas golosinas y de esta forma se cambia un vaso de leche o café con leche por un refresco, un bolillo por hojuelas de maíz o productos de harina industrializados que contienen elevadas cantidades de carbohidratos y calorías.

Estos alimentos industrializados ricos en calorías, harinas o grasas provocan obesidad, misma que genera problemas emocionales y acelera la vejez, dijo el doctor Benjamín Galván Carreón, director de Seguridad Médico Industrial.

Señaló que además de desarrollar problemas emocionales la obesidad acelera el proceso de envejecimiento y desencadena enfermedades

como la diabetes y la hipertensión arterial, entre otros males.

Agregó que las dietas que se recomiendan en la mayoría de las publicaciones están hechas sin conocimientos en nutrición, y por tanto no son aconsejables.

Es común que se recomienden ciertas dietas en revistas; en algunas se sugiere tomar sólo jugos, o comer verduras o huevos por determinado tiempo, "pero son deficientes".

El tratamiento de la persona obesa debe hacerse con base en un régimen dietético correcto, con apoyo psicológico, para que el paciente pueda modificar el hábito de comer en exceso, así como con ejercicio físico.

Fuente: *El Sol de México*, 11 de agosto 1986.

la presentación del producto más impresionante se le adjudican costos más crecidos, aunque sea el mismo.

### Muchas medicinas para curar lo mismo

Por ejemplo, hay 79 preparados contra la tos, favorables a

la expectoración y que dilatan los bronquios afectados por las enfermedades broncopulmonares. Todos tienen derivados de alcanfor, codeína y efedrina y varían en los demás compuestos, completamente secundarios.

Fuente: *El Sol de México* 5 de agosto de 1986

# El teatro, un espacio para la juventud

Mario Caballero



## Primera llamada

El 4 de enero de 1984 surge el Teatro Estudio de la Juventud en el Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud (CREA). Treinta y cinco jóvenes se

reúnen con un objetivo común: Hacer suyos los medios de producción teatral para ofrecerlos a la comunidad con voluntad de servicio y como creación artística.

Estos muchachos, cuyas edades fluctúan entre los 13 y los 20 años,

formaron un grupo de trabajo que dedicó tres horas diarias al estudio de disciplinas como la dramaturgia, dirección escénica, actuación, producción y difusión de la obra terminada. Después de un adiestramiento, que duró seis meses, el primer grupo estaba listo para transformarse en "multiplicadores" o "monitores" del Teatro Estudio; porque el objetivo de este proyecto no es solamente formar jóvenes con capacidad para profesionalizarse en la carrera teatral, sino que logran ser reproductores de cultura, transmisores de los conocimientos aprendidos.

Un verdadero éxito ha resultado el proyecto de Teatro Estudio, pues a partir del grupo inicial se logró que más de 500 personas participaran en él, contándose hasta la fecha con dos "monitores" en cada uno de los 16 CREA delegacionales.

Amanda Obregón, coordinadora de actividades teatrales del CREA, al referirse al objetivo de este programa, nos dice: "Este proyecto se creó con el propósito de darles a los muchachos un instrumento, una herramienta real de trabajo para que en la medida en que ellos se fueran desarrollando en las prácticas escénicas contaran con un instrumento a través del cual pudieran seguir desarrollándose y profesionalizar lo que hubieran aprendido aquí en el CREA".

"Después de un aprendizaje y un adiestramiento intensivo e interdisciplinario que abarca desde cómo nace la idea dramática, cómo se puede desarrollar, cuáles son los elementos que integran una obra de teatro; la circunstancia, el diálogo, la representación y



los personajes, hasta cómo dirigir la idea dramática, cuáles son las técnicas de dirección escénica, cómo producirla, cómo coordinar todos estos elementos hasta llegar al punto final que sería la difusión, de modo que ninguno de los aspectos esenciales para el montaje escénico queda sin revisar”.

Se trata de que los jóvenes hagan suyos los medios de producción teatral, se liberen de la tutela del adulto y hagan sus propias escenificaciones. Entre los logros de este proyecto están el “Festival de Pastorelas”, organizado para los festejos navideños de 1984 y la primera temporada de Teatro de los Barrios, ambos eventos realizados totalmente por los “monitores” del CREA.

De acuerdo a Amanda Obregón si bien estos muchachos no son profesionales, las puestas en escena que realizan resultan ser muy decorosas, de buena calidad y bastante profesionales. Resalta que ya en las delegaciones los jóvenes hacen sus propias obras, han hecho obras cortas, o montan otras que ellos mismos seleccionan, en este sentido no hay ninguna censura y lo único que se les exija es que hagan las cosas con criterio y técnica.

### Segunda llamada

En 1984 Sylvia Patiño escribía en la revista *Escénica*, en el nú-

mero de septiembre-diciembre: “Es importante reconocer que, salvo algunos intentos esporádicos por hacer teatro para adolescentes — por ejemplo del IMSS—, no existe teatro para, por y de jóvenes.”

Si bien Salvador Novo fue de los primeros en sembrar en México la inquietud de que se hiciera teatro para niños y adolescentes, nunca hizo teatro con ellos propiamente. Un proyecto como este del CREA, dirigido a jóvenes no formados dentro del teatro y con la característica de que ellos mismos transmitan la cultura teatral aprendida, desarrollando un verdadero teatro popular y juvenil, no existía antes.

Al Teatro Estudio de la Juventud se puede inscribir cualquier jo-

ven de hasta treinta años de edad, es gratis, no se realiza ningún examen de selección, es autoselectivo, pues se asiste a él por gusto no por obligación, y es democrático, ya que la relación adultos-jóvenes no es de autoridad sino de igualdad.

Para Amanda Obregón el teatro no sólo sirve para que los jóvenes se identifiquen, sino que además lo considera como un detonador de la personalidad que va haciendo que saquen las cosas buenas y malas que traen dentro y las encaucen en un sentido positivo. Para ella en el teatro “uno se aprende a respetar, a querer y a interrelacionarse en un sentido muy amoroso”.

### Ultima llamada: Hablan los jóvenes

“Mi mayor satisfacción en el Teatro Estudio a sido sencillamente poder expresar mis sentimientos y mis ideas.”

“Poder comunicarse con los chavos, con mis hermanos.”

Así se expresan algunos de los jóvenes del Teatro Estudio del CREA a la pregunta hecha por la *Revista del Consumidor*, sobre cuál ha sido su mayor satisfacción participando en este proyecto.

Alfonso, que hace el papel de “Rodolfo” en una de las obras del repertorio, opina que una de las cosas más importantes que se pueden hacer estando en el Teatro Es-





tudio de la Juventud es llevar buenas obras a personas que no tienen el dinero para ir a un teatro comercial: "sabemos que las localidades están elevadísimas, entonces una buena onda es llevarles buen teatro para que no se dejen llevar por el precio".

Para Benjamín, que hace el papel de *Colilla* en otra obra, una muestra de que su trabajo es realmente popular es la identificación del público con los personajes de sus representaciones. "Mira —dice *Colilla*, tenemos experiencias grandes como en el *Gorostiza*, en una escena donde 'descontamos' a *Casandro*, yo lo golpeo y los chavitos empiezan a echarme porras gritando: ¡*Coli-lla!* ¡*Co-li-lla!* La gente se posesiona de la obra como si fuera la

realidad misma y cuando terminamos pasan a ver quién era la *Cotorra*, quién *Rodolfo*, quién éste, quién aquel".

"O sea que todas las fases del teatro respondieron a las necesidades de cada época —comenta Alfonso—, tenemos el teatro clásico de Shakespeare, las tragedias de Esquilo, de Sófocles; todas fueron respondiendo a las necesidades, a las características de cada sociedad. Entonces nosotros tenemos que hacer algo así".

**Revista del Consumidor.** ¿Y cómo caracterizan el teatro que ustedes hacen?

Las respuestas se agolpan: *Rodolfo*, "como una tragedia moderna"; Benjamín, "como un amor sin barreras a la mexicana"; Javier, "como teatro costumbrista porque las cosas que hacemos allá arriba las hemos vivido, son reales. Muchos de nosotros hemos tenido tratos con personas de vecindad, porque hemos vivido en vecindad y ahí quién no conoce al 'Carita', al 'Padrotito'".


**Revista del Consumidor.** ¿Ofrecen alternativas a los jóvenes que acuden a verlos?

"Más que nada la alternativa que les ofrecemos es ser diferentes —comenta Benjamín—, que se den cuenta de lo que se está plasmando en la obra y que no somos iguales, que quitemos lo malo co-



mo la prostitución y el alcoholismo".

Sin duda el teatro no es un espectáculo de masas. No tiene el efecto de penetración masiva que poseen el cine, la televisión, la radio o la prensa; sin embargo, por ser una experiencia netamente humana y personal, compromete a quien hace teatro con su propia existencia y la de sus semejantes.

El Teatro Estudio de la Juventud del CREA ofrece a los jóvenes que asisten a él, un espacio para expresar sus inquietudes, sentimientos y convicciones; un espacio donde ocupar su tiempo libre desarrollándose en una actividad artística y profesional, para que después ellos mismos transmitan a otros jóvenes los conocimientos adquiridos, generando una cultura teatral en la juventud mexicana. 



# Indice Nacional de Precios al Consumidor por concepto de gasto

En julio de 1986, los conceptos del gasto familiar que registraron los mayores incrementos con respecto al mes anterior fueron salud y cuidado personal con el 7.8 por ciento y transporte con 6.2 por ciento; los que menos aumentaron fueron alimentos,

bebidas y tabaco, y vivienda con el 4.2 y el 4.0 por ciento, respectivamente. En lo que va del año los conceptos que más se han incrementado (de acuerdo al índice acumulado de enero a julio) son: salud y cuidado personal

en el 55.0 por ciento, y alimentos bebidas y tabaco con el 54.1; los que han tenido el menor aumento son ropa y calzado con el 40.5 por ciento, y transporte, que únicamente registra el 34.0 por ciento.

## Indice Nacional de Precios Al Consumidor 1986 (Incremento porcentual con respecto al mes anterior)

Concepto	Ene. %	Feb. %	Mar. %	Abr. %	May. %	Jun. %	Jul. %	Acumulado Ene-Jul.
Indice General	8.8	4.4	4.6	5.2	5.6	6.4	5.0	47.6
Alimentos, bebidas y tabaco	10.7	3.0	4.9	6.7	7.8	7.5	4.2	54.1
Muebles y enseres domésticos	4.0	7.2	7.1	5.2	5.9	7.0	5.1	47.8
Ropa y calzado	3.1	5.7	5.6	5.2	6.2	4.4	4.8	40.5
Vivienda	10.2	5.5	4.7	3.9	3.3	5.0	4.0	44.5
Salud y cuidado personal	8.1	5.2	4.3	5.7	5.0	9.2	7.8	55.0
Educación y esparcimiento	8.3	4.1	6.1	2.1	4.8	6.5	5.7	48.2
Transporte	7.7	5.3	2.2	5.0	2.4	4.2	6.2	34.0
Otros	12.7	4.0	4.2	4.6	4.1	7.1	6.0	51.2

FUENTE: Índice de Precios del Banco de México, S.A.

## Indice de Precios al Consumidor por ciudad

Para elaborar el Índice Nacional de Precios al Consumidor se realizan mensualmente 90,000 cotizaciones de aproximadamente 1,200 artículos y servicios específicos en 35 ciudades de la república. Los promedios de estas cotizaciones dan lugar al Índice Nacional de Precios al Consumidor.

Al analizar la evolución de los precios en las 35 ciudades que cotiza el Banco de México S.A., se observa que en el mes de julio las ciudades con mayor inflación fueron Fresnillo y Novojoa, pues el incremento en sus precios fue de 6.8 por ciento en ambos casos. La ciudad donde se regis-

tró el menor crecimiento de precios fue en Cortázar con el 2.6 por ciento. Si consideramos el incremento acumulado de enero a julio, la ciudad que ha mostrado un mayor creci-

miento en precios de bienes y servicios en Veracruz, con el 55.7 por ciento y la de menor crecimiento Tapachula, con el 43.3 por ciento para el mismo periodo.



# Cambios en los precios oficiales en el mes de julio y agosto de 1986, de algunos productos seleccionados

En el período comprendido entre el 1º de julio y el 8 de agosto de 1986, se registraron cambios importantes en los precios oficiales, así como nuevas disposiciones respecto al control oficial de precios.

De acuerdo al grupo de productos seleccionados (a los que les fueron autorizados nuevos precios) destacan incrementos en la harina de maíz, el arroz tipo Morelos y el detergente, de 21.5, 15.6 y 14.2 por ciento respectivamente. Los aumentos resultan más significativos aún si consideramos que se trata del segundo incremento en menos de tres meses y que la harina

de maíz y el arroz son alimentos básicos.

En energéticos destacan los incrementos en el precio de la gasolina nova y extra, en 47.1 y 28.6 por ciento respectivamente. Cabe señalar que la gasolina mantuvo por más de seis meses su precio.

El alza en el precio de este insumo básico hace suponer una aceleración del proceso inflacionario.

En los primeros días de agosto se anunciaron modificaciones al precio del gas LP, que había venido aumentando 5 pesos al mes y se informó que a partir de agosto, el incremento mensual será de 8 pesos. Por otra parte se

dieron a conocer disposiciones que establecen que quedan sujetos a registro de precios, únicamente los chocolates en polvo en todas sus presentaciones, así como los refrescos en envase no retornable también en todas sus presentaciones (lata y vidrio).

El seguimiento de los precios oficiales es una tarea permanente del Instituto Nacional del Consumidor, realizada para orientar a los consumidores y comerciantes. Esta información está a disposición de cualquier persona al 568.87.22 o directamente en el Centro de Información sobre el Consumo (CEDIC) ubicado en Insurgentes Sur No. 1228 Planta Baja.

Cambios en los precios oficiales en productos seleccionados en el mes de julio y agosto\*

Producto	Unidad de medida	Precio anterior	Fecha de fijación	Precio actual	Fecha de cambio	Incremento %
Café Legal	Bolsa 500 grs.	799	5 Mar. 86	847	1 Jul. 86	6.0
Café soluble Nescafé	Frasco 200 grs.	1,073	18 Feb. 86	1,144	2 Jul. 86	6.6
Dolca	Frasco 200 grs.	747	18 Feb. 86	791	2 Jul. 86	5.9
Carne de res						
Pulpa	1 kilogramo	1,500	13 Jun. 86	1,560	15 Jul. 86	4.0
Retazo	1 kilogramo	780	13 Jun. 86	810	15 Jul. 86	3.8
Detergente Ariel	1 kilogramo	416	14 May. 86	475	17 Jul. 86	14.2
Harina de maíz	Paquete 1 kilogramo	144	18 Jun. 86	175	24 Jul. 86	21.5
Arroz tipo Morelos	Bolsa 1 kilo	282	13 May. 86	326	23 Jul. 86	15.6
Arroz tipo Sinaloa	Bolsa 1 kilo	253	18 Jun. 86	276	11 Ago. 86	9.0
Gasolina nova	1 litro	85	5 Dic. 85	125	8 Ago. 86	47.1
Gasolina extra	1 litro	105	5 Dic. 85	135	8 Ago. 86	28.6
Gas LP	1 kilogramo	70	6 Ago. 86	73	8 Ago. 86	4.3
Refresco (normal)	Chico	39	26 Mar. 86	52	8 Ago. 86	33.3
	Mediano	45	26 Mar. 86	60	8 Ago. 86	33.3
	Grande	90	26 Mar. 86	120	8 Ago. 86	33.3

\* Precios vigentes para el Distrito Federal y Area Metropolitana.

FUENTE: Elaboración del INCO con base a datos proporcionados por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI).

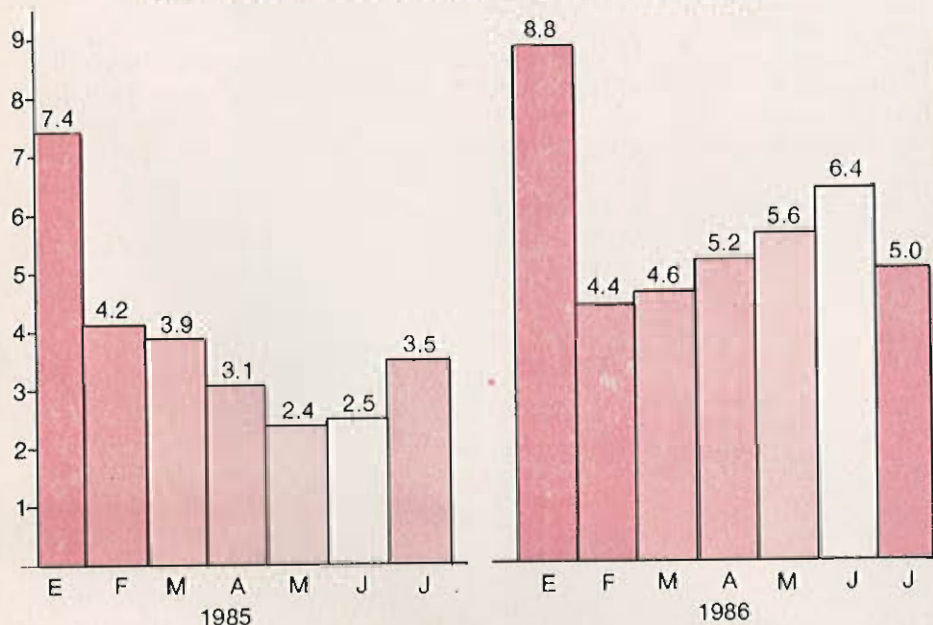
# Indice Nacional de Precios al Consumidor (julio de 1986)

Durante el mes de julio de 1986, los precios de los bienes y servicios aumentaron un 5 por ciento con respecto al mes anterior. Esto significa que el incremento acumulado de enero a julio de 1986 fue de 47.6 por cien-

to. Si se comparan estas cifras con las obtenidas en el mismo periodo del año pasado, tenemos que durante el mes de julio los precios aumentaron el 13.5 por ciento y que el incremento acumulado de enero a julio fue de

30.1 por ciento. En suma, la inflación durante 1986 registra un ritmo de crecimiento mayor al de 1985 ya que es superior en un 1.5 por ciento en el mes y en un 17.5 por ciento en lo que va del año.

**Indice Nacional de Precios al consumidor  
Incrementos mensuales de enero a julio**



**Indice Nacional de Precios al Consumidor  
Indice General 1986**

Mes	Variación con respecto al mes anterior	Acumulado con respecto a diciembre de 1985
Enero	8.8	8.8
Febrero	4.4	13.7
Marzo	4.6	19.0
Abril	5.2	25.0
Mayo	5.6	32.1
Junio	6.4	40.6
Julio	5.0	47.6

FUENTE: Indice de Precios del Banco de México S.A.

## Indice Nacional de Precios al Consumidor por estrato de ingreso

**Indice Nacional de Precios al Consumidor  
por estrato de ingreso**

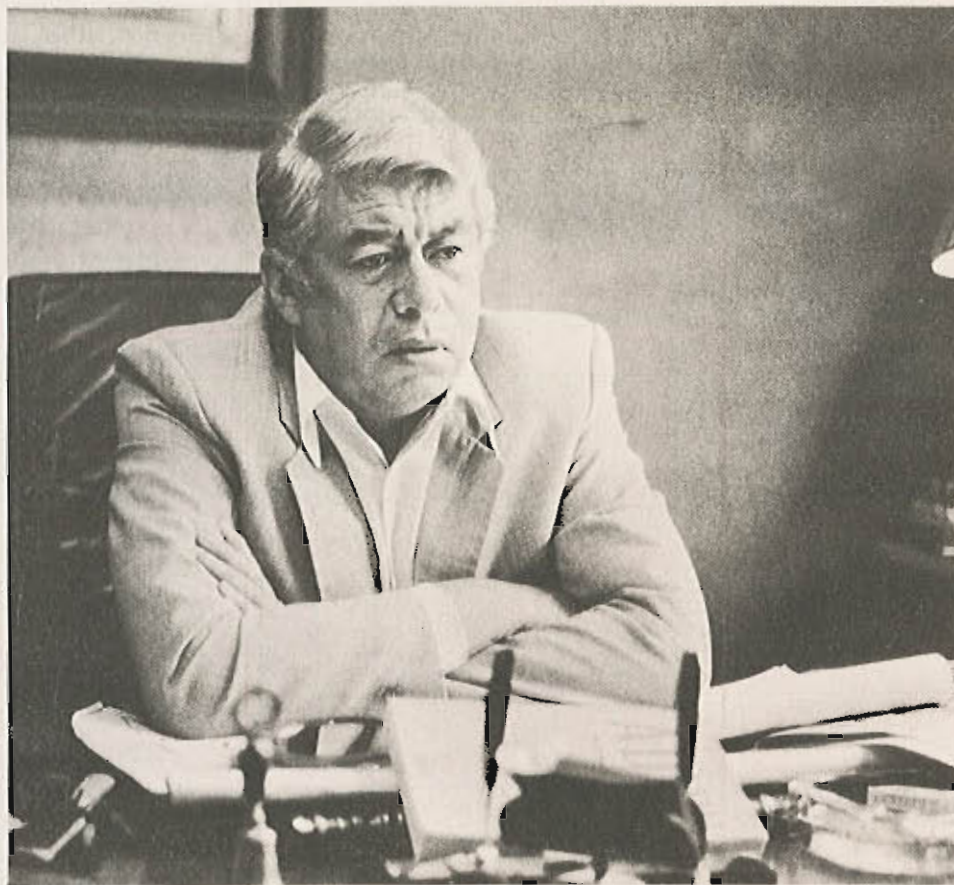
Indice	Junio %	Julio %	Acumulado dic. 85%
Indice General	6.4	5.0	47.6
Indice de precios para:			
a) Ingresos hasta un salario mínimo	7.4	4.7	54.6
b) Ingresos de más de un salario mínimo y hasta tres salarios mínimos	6.6	4.8	49.8
c) Ingresos mayores a tres salarios mínimos	6.2	5.2	45.7

FUENTE: Indices de Precios, Banco de México, S.A.

El índice de precios por estrato de ingreso muestra que el sector más afectado por la inflación durante el mes de julio fue el que percibe hasta tres salarios mínimos, dado que los productos y servicios que este sector acostumbra consumir se encarecieron en 5.2 por ciento; sin embargo, en lo que va del año el sector más afectado es el que percibe hasta un salario mínimo.

# Ahí nos vemos... en la T.V.

Juan Ramón Zabalegui



## Tomando cerveza y comiendo chicharrones

En el rincón de una cafetería, con los pies sobre una silla, encontramos a Luis Mario Moncada, ganador del premio CREA de teatro 1985, quien opina: "Todos los jóvenes tenemos problemas e inquietudes muy semejantes, no importa el medio del que procedamos; la TV se encarga de disgregarnos y de marcar las diferencias". Para este joven dramaturgo que a sus 23 años ha montado tres obras de teatro "los emporios televisivos que captan a la mayoría del auditorio, buscan servir a sus intereses comerciales. Toman la rebeldía y la pasión juveniles para despertar la atención y así ganar clientela, pero la realidad nos la muestra

falsa y dulcemente; nos mantienen pasivos y quietecitos tomando cerveza y comiendo chicharrones".

"A los héroes rockanroleros —continúa el teatrófilo— antes representantes de la subversión juvenil, nos los enjaretan en la pantalla alineados, alienantes y vacíos".

Después de que el entrevistado y el reportero terminan su café y se han convencido de que no disponen del efectivo necesario para pagar la cuenta, señala el primero: "el manejo de la TV es muy delicado debido a la influencia que ejerce sobre la gente. Yo creo que por eso los jóvenes tenemos poco acceso a ella. ¿Te imaginas un programa que estuviera hecho por puros chavos, en el que la crítica se pudiera ejercer con el tempera-

mento juvenil? Pienso que el ideal de TV para jóvenes es una programación hecha por nosotros mismos, sin estructura formal, donde se pudieran plantear todas las ocurrencias de la juventud, sin que rigieran los principios de la gente mayor".

## ¡Qué fresas!

Mariane, Danielle, Dennise, Claudia, Andrés, Antonio y Germán, son los nombres que están grabados en el diploma de metal dorado que una compañía disquera otorgó al grupo *Fresas con Crema* por haber logrado un gran éxito en sus ventas. Estos jóvenes, que hoy sólo son los *Fresas*, nos recibieron en sus oficinas ubicadas a espaldas de la más importante compañía de televisión comercial en México.

El cuestionario es muy parecido al que hicimos anteriormente ¿cómo ves la TV que se hace para la juventud? y otras preguntas más. También inquirimos sobre su participación en las pantallas.

Claudia, por su parte, dice que “la televisión es un medio muy importante de difusión para los jóvenes” y añade que, cuando dejaron de aparecer en las pantallas “por problemas que tuvimos, la gente nos olvidó” e insiste “¡te olvidan fácilmente! Sin la televisión sería muy difícil abrirnos paso”.

Mariane, que confiesa que su verdadero nombre es Mariana, nos dice: “Sabemos que tenemos influencia en la gente, pero no es cierto que anunciemos productos. Mira, nos vamos cualquier día con nuestro *manager*, y hacemos nuestras compras en Perisur, como cualquier gente. Además la ropa que nos ponemos es ropa que todo el mundo puede comprar y si no, pueden hacer adaptaciones para vestir igual que nosotros”.

Dennise interviene rápidamente para completar: “es cuestión de imaginación; yo una vez me puse la pijama más vieja que tenía y con ella me fui a una fiesta. Bueno, ¡increíble! —añade tapándose la cara— el éxito que tuve fue ¡increíble!”.

Danielle, quien piensa estudiar animación (por computadora), dice que la TV que se hace para la

juventud es muy buena y nos explica: “¡imagínate! hasta los papás se identifican con esa programación”.

Licenciado en Comunicación, de 22 años y dedicado a la “música blanca”, Germán opina que los productores de TV empiezan a buscar calidad en la programación” y cita como ejemplo *La gloria y el infierno*, “la telenovela de mayor *rating* del momento”. Al referirse específicamente a la televisión dirigida a la juventud, el cantante dice que “los temas que en estos programas se tocan se identifican con la gente; *Estrellas de los 80's* —serie en la que participa el grupo— es un caso concreto”.

Andrés, el más pequeño de los *Fresas* dice animadamente: “si yo hiciera televisión quitaría la publicidad subliminal y prohibiría que se anunciaran los productos que hacen daño a la juventud, —y finaliza diciendo— ¡no es honesto!”. En el momento en que Andrés termina su exposición, aparece en la puerta el representante del grupo, Miguel García Reyes, quien nos informa que los muchachos tienen muchos pendientes en la agenda, por lo cual será necesario finalizar la entrevista... y así pues, esta fue nuestra última pregunta:

—¿Consideran ustedes que las inquietudes y expectativas de la ju-

ventud mexicana se pueden responder con las alternativas que ofrece una compañía como para la que ustedes trabajan?”

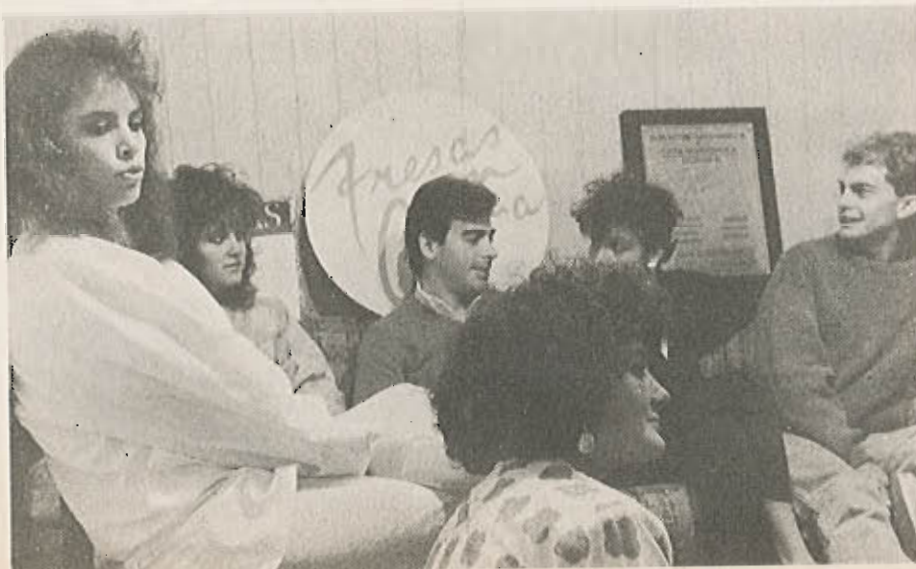
Germán responde rápidamente: “lo que nosotros hacemos es un trabajo como cualquier otro y tenemos que cuidarlo, estemos o no de acuerdo”. Entonces, el apoderado insiste amablemente en que el tiempo se ha terminado.

### Los jóvenes de ahora: de cara al futuro

Hemos escuchado, con su ritmo despreocupado a algunos jóvenes hablar sobre la televisión. La mayoría, entre bullicio y relajo, han coincidido en subrayar la falta de espacio para ellos en los programas; la poca acogida de sus voces en los medios de comunicación; el escaso interés, por parte de quienes controlan las compañías televisivas, hacia sus problemas, sus inquietudes y sus críticas.

Sin embargo, entre el escaso número de programas dirigidos a la juventud, existen algunos que han sobresalido: los que se encargan de conducirlos hablaron para la **Revista del Consumidor**.

Ethel Krauze, la conocida literata y periodista, joven también, nos cuenta como “ante un panorama sin ninguna expectativa para la juventud, sin la oportunidad de que los jóvenes expresen sus inquietudes, propuse a la directiva de *Canal 11* un programa en el que los mismos muchachos participaran y que fueran ellos los que —sobre todo con las llamadas telefónicas— llevaran la temática del programa”. Después de tres años de emisiones sin interrupción, *De Cara al Futuro* ha dado pie a que la cultura de los jóvenes tenga oportunidad de manifestarse. Ethel opina que “es muy difícil hacer buena televisión con poco presupuesto y es imposible llenar las horas de la programación de *Canal 11* con programas, que no por baratos son malos, pero que no tienen la calidad suficiente para competir con el millonario aparato de la televisión privada”.





“Es importante —continúa— que la juventud participe inventando, como ya lo hace; pero si no tienen la oportunidad de mostrarnos sus ideas y sus creaciones, fácilmente se convierten en presa de la apatía y la degradación de su identidad se da imitando los patrones de la TV extranjera”.

“La televisión es un espacio importantísimo para que los jóvenes participaran en la construcción de cambios positivos, una edificante posibilidad para los muchachos. Si se quiere realmente que nuestra sociedad mejore, entonces permitamos a la juventud que se exprese a través de los medios de comunicación”, —Finaliza diciendo la conductora del programa de televisión antes mencionado.

El creador de la célebre novela *Chín Chín el Teporocho*, Armando Ramírez, opina que la televisión privada tiene una intención muy clara hacia los jóvenes: hacerlos consumidores sin criterio. “Desgraciadamente —opina el escritor— la TV que se hace para la juventud no muestra la realidad que vive en México, sino que la

desinforma, la desorienta y la confunde.”

“Existe hoy en día, una generación joven formada por personas muy capaces, pero no tienen posibilidades de entrar en las instituciones televisivas. Hoy en la Cultura —programa conducido por el entrevistador— ofrece noticias hechas por jóvenes, para jóvenes y desde la realidad del país”.

“Hoy en la Cultura es un programa que se hace con muy poco dinero. Es más caro un *video clip*, que se hace con calidad pero no con elementos que formen parte de nuestra realidad; sería mejor que en estos videos se mostrara a los grupos de rock nacionales. El problema es que la televisión privada trata de meternos en la cabeza el modo de vida de los Estados Unidos, un tipo de vida consumista, solamente”.

También el conocido locutor de TV, Jorge Saldaña, habló para la **Revista del Consumidor**.

“El juicio de los niños se llamaba el programa que empecé ha realizar hace muchos años. Se puede decir que a partir de esta emisión surgió, al paso del tiempo, *La casa de los muchachos*.”

“Ese programa tenía mucho auditorio ahí se exponían muchos problemas. Era, realmente, una tribuna abierta para la juventud. Para que los jóvenes hablen no se necesita de mucho presupuesto; el problema es que cuando lo hacen plantean críticas que no siempre pueden pasar al aire”.

“Es más fácil ofrecer una programación que lo único que se proponga sea formar jóvenes enajenados, tranquilos, buenos empleados o subempleados, siempre conformes, alegres; gorditos que oyen todo el día discos en inglés y que comen “chocorroles”, agrega el que cocina la sopa de letras en el Canal 13.

“Parece que desde hace muchos años —finaliza el señor Saldaña, mientras pasa la mano por la empolvada superficie de su escritorio— la intención de la televisión privada es formar mexicanos con aspecto de gringos. Pasan más series dedicadas a las playas de Miami, que programas que aborden la problemática de los *espaldas mojadas* de Los Angeles.

### ¿Televisión o escuela?

Una vez que hemos atendido a los que hacen la televisión para los jóvenes, sumaremos a las opiniones anteriores los comentarios del director del Taller de Investigación en Comunicación Masiva de la UAM (TICOM) el doctor Javier Esteinou.

“Desde que surge la televisión, en 1930, va ocupando espacios que anteriormente correspondían a la escuela, la iglesia o a la familia”.

“Hoy en día, la TV ha rebasado el poder que tenía la educación formal. La escuela y la iglesia se han prolongado a la televisión (de ahí tenemos la televisión universitaria y a todas las actividades religiosas que se transmiten). Esto ha convertido a la TV en el principal aparato de la educación. Las posibilidades de la TV superan, en mucho, la capacidad de la instruc-

ción formal," asegura el doctor Esteinou.

"La influencia que ha alcanzado la TV a nivel educativo — continúa el investigador—, moviliza a los sectores sociales en distintas direcciones. Frente a los jóvenes actúa con diferentes lógicas: la lógica de la acumulación de capital, la de reforzar al sistema, la evasión de la realidad y la distracción de la conciencia", dice el autor de *Medios de Comunicación y Reproducción de la Fuerza de Trabajo*.

"Sin embargo —prosigue el doctor Esteinou— la TV podría ser impulso importantísimo de cambios sociales, como lo fue en los temblores de septiembre del año pasado, donde el modo normal de funcionamiento fue abandonado por un servicio a la ciudadanía".

"En este caso, el proyecto social —dice interesado el director del TICOM— emergió y dominó bruscamente en las televisoras, desplazando drásticamente las otras lógicas culturales, que media

hora antes sostenían otro programa ideológico antagónico. Las estaciones transmisoras recobraron el único sentido que las puede justificar en el país: su carácter altamente social."

"Sin embargo, a pesar de este funcionamiento destacado de las televisoras frente a sus auditorios, a 15 días de ocurrido el drama, estas volvieron a ser atrapadas lenta y sutilmente por las lógicas del desarrollo desigual.

"En vez de centrar la atención en la cruda situación nacional y en la problemática juvenil para apuntalar la búsqueda de caminos como en el caso de los temblores —dice molesto Javier Esteinou—, la han desviado nuevamente hacia los deportes, la serie de entretenimiento, los éxitos musicales, la programación extranjera, los concursos juveniles, etcétera, y la realidad de la nación y los problemas e inquietudes juveniles son olvidados o, en el mejor de los casos, sólo los recobran algunos noticieros o algún programa especial".

"¿Cómo es posible —se pregunta Esteinou— que después de los temblores, una de las peores tragedias que hemos vivido en este siglo, y la situación económica que se agrava, cómo es posible —insiste— que las campañas navideñas promovidas por la televisión principalmente, provocaron en 24 días una erogación artificial de más de 100 mil millones de pesos por conceptos de compras forzadas, de las cuales 10 mil millones fueron de bebidas alcohólicas, 5 mil millones de adquisiciones de última hora, cuatro mil en la cena de Noche Buena y cuatro mil quinientos se destinaron a la basura por abarcar las envolturas de los regalos?"

"Yo me pregunto termina Esteinou— ¿por qué como sociedad hemos tenido capacidad para desplegar tanta energía sobre hechos tan artificiales como el Mundial de Fútbol, la navidad, el 10 de Mayo, y muchos festejos, y no hemos tenido fuerza para enfrentar a través de la televisión problemas tan graves como el desempleo y las demandas propias de los jóvenes, generación que ya en no muchos años dirigirá al país?"

### ¿Cómo la viste?

Las opiniones transitan en diferentes direcciones: sin embargo, sabemos que todos los jóvenes tienen algo en común, más allá de su juventud: la posibilidad de buscar cambios y de construirlos, y concretamente la oportunidad de exigir su participación en los medios televisivos, ya sea como auditorio activo o interviniendo en forma directa en la producción de programas.

Para que la TV sirva realmente a la comunidad es imprescindible que la juventud aporte sus inquietudes y que abandone ese tipo de televisión que sólo sirve como aparador de productos, crea necesidades de consumo e inventa estilos de vida superficiales.

Cada vez que enciendas el televisor, pregúntate: ¿cómo la veo? ¿qué puedo hacer para cambiarla?



# Cocina tradicional

## Tacos de rajas

### Ingredientes:

- 18 tortillas
- 8 chiles poblanos
- 4 jitomates
- 1/2 cebolla
- 1 rama de epazote



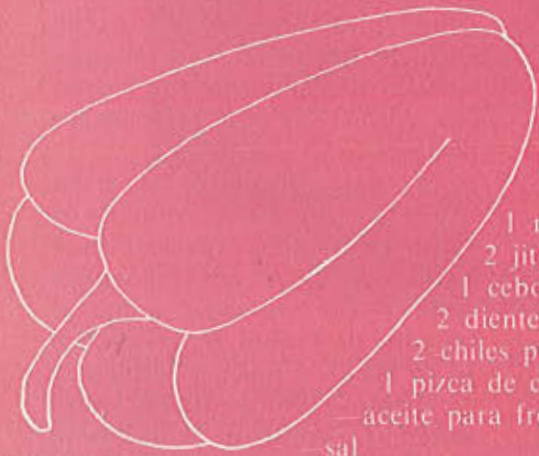
- aceite para freír
- sal

### Preparación:

1. Ase el jitomate y licúelo con la cebolla.
2. Ase, desvene y corte los chiles en rajas. Fríalos.
3. Vierta la mezcla de jitomate

y cebolla sobre las rajas, añada el epazote y dejelos freír hasta que sazonen; agregue sal y agua si se reseca mucho.

4. Caliente las tortillas y forme tacos con parte de la salsa de rajas. Acomódelos en un platón.
5. Bañe con el resto de la salsa.



## Quelites con jitomate

### Ingredientes:

- 1 manojo grande de quelites
- 2 jitomates
- 1 cebolla
- 2 dientes de ajo
- 2 chiles poblanos
- 1 pizca de carbonato
- aceite para freír
- sal

### Preparación:

1. Limpie y lave los quelites; cuézalos en poca agua con el carbonato y escúrralos bien.
2. Ase, pele y desvene los chiles; córtelos en rajas.
3. Pique el jitomate, la cebolla y los ajos, añada sal y fría en aceite hasta que sazonen.
4. Agregue las rajas a la fritura y siga cociéndolo unos minutos. Añada los quelites. Mezcle y sirvalos calientes acompañados con tortillas.

1. Remoje los frijoles y cuézalos; licúelos con el caldo de los mismos.
2. Ase y pele los jitomates. Licúelos con el ajo y la cebolla; fríalos en una cacerola hasta que sazonen.
3. Agregue los frijoles licuados y el caldo. Deje que hiervan unos minutos a fuego lento. Añada sal.
4. Corte las tortillas en tiritas, fríalas en aceite y escúrralas. En el mismo aceite fría el chile, escúrralo y córtelo.
5. En platos hondos coloque tortilla y las rajas de chile. Vierta la sopa caliente encima y espolvoréela con queso.

## Sopa Tarasca

### Ingredientes:

- 1 taza de frijoles
- 2 jitomates
- 3 tazas de caldo de pollo
- 1 trozo de cebolla
- 1 diente de ajo
- 4 tortillas
- 1 taza de queso fresco desmoronado.
- chile pasilla al gusto
- aceite para freír
- sal

### Preparación:



La Revista del Consumidor, órgano oficial de difusión del Instituto Nacional del Consumidor, es una publicación mensual de capacitación y orientación a los consumidores. Tiene como objetivo ofrecer a sus lectores información y recomendaciones acerca de toda clase de bienes y servicios, sugerencias sobre el manejo racional del presupuesto familiar y la búsqueda de alternativas de consumo y mejores hábitos para el mejoramiento constante de la calidad de vida de la población.

El contenido de todos los artículos publicados —firmados o no— refleja la filosofía y el criterio editorial de la revista. Esta publicación no acepta anuncios publicitarios, no recibe muestras de productos, ni se compromete de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. No autoriza la utilización de ninguno de los materiales publicados para fines publicitarios o comerciales. La violación de esta disposición ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes.

El Instituto Nacional del Consumidor autoriza expresamente la reproducción total o parcial de los textos o estudios incluidos en esta Revista, siempre que se utilicen para orientación y capacitación de la población y se indique su procedencia.

Para correspondencia diríjase a: Revista del Consumidor, Asesoría Legal de la Dirección General, Lic. César Garizurieta, Insurgentes Sur 1228-11º piso, Código Postal 03210, o al Apartado Postal 20600, México, D.F. Totalmente impresa en papeles nacionales por Editora de Periódicos, S.C.L. Basilio Vadillo No. 40 Apartado Postal 947 México 1, D.F., Tipografía: TIPART —Tipografía y Formación— México, D.F. Distribución: Unión de Voceadores de México y Distribuidora Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial, Certificado de licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, dependientes de la SEP, Oficio No. 1227 del 30 de abril de 1981. Reserva de derechos al uso exclusivo del título de la Revista del Consumidor del 21 de mayo de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, Registro No. 015-1176, Características 218621408.

# A un año del sismo



Septiembre nos trae nuevas fechas para conmemorar. Hace ya un año del terremoto y aún recordamos aquellos días de pesadilla como algo muy cercano.

Sin embargo, no sólo lo trágico nos queda en la memoria, tendremos siempre presente la entrega del pueblo mexicano, la capacidad de cada ciudadano de dar, sin otro interés que la vida humana.

Todavía cuando caminamos por las calles, podemos ver las huellas de los sismos y hombres que trabajan en la dura tarea de la reconstrucción que nos parece aún lejana.

El impulso de preservar la vida y el deseo de ayudar a los necesitados, nos han dejado una enseñanza: no importa el momento crítico por el que atraviesa el país, los mexicanos han mostrado solidaridad social y eso es el mejor remedio contra cualquier mal.



# EN TELA DE JUICIO

## ¿Dónde está lo nuevo?

La era de los satélites ya está aquí y todo lo que se le pueda colgar después se le cuelga. Ahora resulta que una pasta dentífrica, que desde hace décadas se anuncia siempre como nueva, sugiere en su publicidad que es producto de la "era tecnológica".

Las imágenes de este anuncio nos dicen que cura las picaduras de los dientes y promete ser la solución para la caries, cuando sabemos que la esencia de la salud dental se encuentra en el cepillado de los dientes.

No cura la pasta que se usa ni la cantidad que se aplica.

Las pastas dentales proporcionan un sabor agradable, nada más. El fluoruro, que ayuda a fortalecer el esmalte que cubre las piezas dentales, es tan poquito que, de necesitarlo, es preferible que su odontólogo se lo aplique en la cantidad y con la periodicidad que él aconseje.

¿Acaso lo "nuevo" es el viejo truco de hacernos gastar más? Usted, ¿qué opina?



INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR  
SECTOR COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL

MAYOR PROTECCION  
ANTICARIES

# el brinco

Suplemento de la Revista del Consumidor  
Coordinación: Marie Puga

Número 56  
Septiembre de 1986

## ¿Qué hiciste en vacaciones?

### GEOMETRIA AL AIRE LIBRE

En los programas de vacaciones desarrollados durante julio y agosto, el grupo Pumitas, de la UNAM, participó en diversas actividades: deportes, visitas guiadas, excursiones, actividades manuales y



Una "Pumita" dobla la cinta engomada, que es una de las operaciones más difíciles. Sus compañeros confían en su habilidad.



Fotos de Fernando Rojas

El autor nos muestra el poliedro terminado, con expresión de triunfo.

creativas, reuniones de convivencia y, una muy interesante, de juegos científicos. Esta última estuvo a cargo de la maestra Livia Franco y El Brinco fue invitado a una sesión en la que los niños aprenderían a construir un cuerpo geométrico de diez caras. >>



jugando, reunidos en un espacio al aire libre, recibiendo el sol de una magnífica mañana y sin más límites que el cielo azul y la extensión del terreno, que en esta ocasión fue el enorme campo de softbol de la Ciudad Universitaria.

### Poliedro de diez lados.

¿Has construido un poliedro de diez caras sin usar compás, ni lápiz? Livia Franco nos dice: "usamos la técnica tridimensional", y nos hace ver que el poliedro se hará con ayuda de los dedos solamente. (Ver las instrucciones en la página 6).

En esta composición —de manos atareadas podemos ver que la labor no fue sencilla.

Distribuidos en equipos de trabajo de siete personas, construyeron el poliedro —que parecía un platillo volador— y nos explicaron la técnica utilizada. Confiamos en que tú puedas realizar uno igual. Aunque es un poco complicado, con las explicaciones de Livia, y con las fotos y los dibujos de esta plana seguro que lo lograrás.

Lo que nos pareció más atractivo de esa actividad fue el observar cómo se puede trabajar y aprender



Livia Franco, de la revista Chispa, enseña a los niños la técnica de doblar con exactitud.

Siete compañeros y un monitor (nombre que recibe el joven que se hace cargo de un grupo), tratan de resolver el problema tridimensional.



## CIRCULOS INFANTILES



En los meses de julio y agosto aprendimos mucho. Organizamos una visita al CEPAC que quiere decir Centro de Pruebas y Análisis para el Consumo; realizamos actividades que nos enseñaron a aprovechar algunos materiales que la gente tira a la basura, aprendimos a hacer juguetes y muchas otras cosas como

puedes ver en las fotos. Nuestras reuniones se hicieron en el INCO.

### INSTRUCCIONES PARA HACER TITERES DE ELOTE

Material: Una vara de 40 centímetros, de las que se usan para construir papalotes. Hojas de elote remojadas.

## CIRCULOS INFANTILES

...organizamos juegos como éste  
de la telaraña...



...hicimos carteles publicitarios...



... aprendimos  
a hacer pinole...



... construimos  
juguetes...



...y sembramos hortalizas; una verdura  
en cada vasito...



...también nos enseñaron a hacer títeres  
con hojas de elote...



Este grupo de títeres  
fueron contruidos  
con varas y hojas de elote.  
Son una muestra de las labores  
que los niños de los Círculos  
Infantiles de Verano, realizaron  
en los meses de vacaciones.

1. Construye la cabeza.  
Dobla un extremo de la hoja en forma de triángulo y amárrala en la parte superior de la vara.
2. Construye los brazos.  
Inmediatamente abajo de la cabeza, amarra dos tiras de hoja con los extremos dirigidos hacia arriba en los que harás un nudo para formar las manos.
3. La falda se hace con la hoja

- entera amarrada bajo los brazos y recortando la orilla para emparejarla. Si el títere es hombre, con dos mitades de hoja se forman sus piernas.
4. Una hoja cortada en forma de rectángulo sirve para hacer el jorongo, con una abertura en medio. Se amarra en la cintura.
5. Con tres tiras angostas se hacen las trenzas,

- pasándolas por el centro del doblado de la cabeza.
6. Un círculo cortado sobre la hoja puede formar el sombrero.
7. Puedes iluminar tu figura o inventar otras, por ejemplo, un caballito o una canasta.
8. Amarra un hilo de una mano a la otra, que baje hasta el centro por el extremo inferior del palito.



# CALENDARIO

En este calendario escolar no sólo están comprendidos los días de trabajo, las vacaciones y los días festivos. También hemos incluido una lista de frutas y los meses en que puedes adquirirlas en el mercado a un precio económico. Dentro de éstas hay algunas que pueden encontrarse durante todo el año. Recorta los dibujos de algunas de esas frutas y pégalos en tu calendario, sobre el mes que les corresponda; así sabrás cuáles de ellas llevarás a la escuela para la hora del recreo o cuáles son las que puedes incluir en tu desayuno y comida.



**TABLA DE FRUTAS**

- Limones... todo el año
- Mamey... febrero, marzo y abril
- Mangos... mayo, junio y julio
- Manzanas... de junio a octubre
- Aguacates... mayo y agosto
- Ciruelas... de mayo a octubre
- Chabacanos... mayo y junio
- Duraznos... julio, agosto y septiembre.
- Guayabas... de septiembre a febrero
- Mandarinas... de noviembre a febrero
- Zapote negro... de noviembre a febrero
- Uvas... de septiembre a enero
- Toronjas... de septiembre a abril
- Sandías... de febrero a julio
- Melones... de febrero a agosto
- Naranjas... de noviembre a abril
- Papayas... todo el año
- Peras... de mayo a diciembre
- Piñas... de noviembre a marzo
- Plátanos... todo el año
- Tunas... julio y agosto
- Tejocotes... de octubre a diciembre
- Chirimoyas y capulines... de agosto a octubre

**AGOSTO**

D	L	M	M	J	V	S
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30



**SEPTIEMBRE**

D	L	M	M	J	V	S
		①	②	3	4	5
7	8	9	10	11	12	13
14	15	⑬	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				



**DICIEMBRE**

D	L	M	M	J	V	S
		1	2	3	4	5
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			



**ENERO**

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31



**ABRIL**

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		



**MAYO**

D	L	M	M	J	V	S
					①	2
3	4	⑤	6	7	8	9
10	11	12	13	14	⑮	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30



¿Conoces las fechas en que llegan y se van las estaciones?  
 Completa las oraciones siguientes:  
 El \_\_\_\_\_ comienza el 21 de marzo.  
 El \_\_\_\_\_ comienza el 21 de junio.  
 El 21 de marzo comienza el \_\_\_\_\_.  
 El \_\_\_\_\_ comienza el 21 de septiembre.

# O ESCOLAR



## OCTUBRE

D	L	M	M	J	V	S
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	



## NOVIEMBRE

D	L	M	M	J	V	S
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29



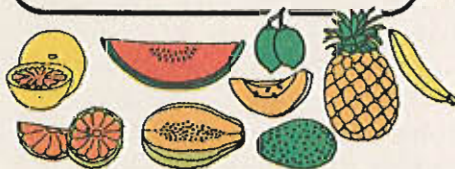
## FEBRERO

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28



## MARZO

D	L	M	M	J	V	S
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				



## JUNIO

D	L	M	M	J	V	S
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				



## JULIO

D	L	M	M	J	V	S
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31



Sobre la línea de puntos describe las frutas que corresponden a cada mes del año.

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

-----

	Inscripciones a preescolar y primaria
	Tiempo de inscripciones
	Comienzan las clases
	Termina el curso escolar
	No hay clases
	Vacaciones

- 10. de Septiembre  
Informe Presidencial
- 16 de Septiembre  
Aniversario de la Independencia
- 12 de Octubre  
Descubrimiento de América
- 20 de Noviembre  
Aniversario de la Revolución
- 5 de Febrero  
Día de la Constitución
- 21 de Marzo  
Nacimiento de Benito Juárez

mes del año?

de septiembre y termina el 21 de diciembre.  
de diciembre y termina el 21 de marzo.  
y termina el 21 de junio.  
el 21 de junio y termina el 21 de septiembre.

Primavera  
Verano  
Otoño  
Invierno

- 10. de Mayo  
Día del Trabajo
- 5 de Mayo  
Batalla de Puebla

## POLIEDRO DE DIEZ CARAS.

Materiales: Una tira de papel de 80 centímetros de largo por 5 centímetros de ancho, que puede ser cartulina o papel manila. Tijeras y pegamento.

Modo de hacerlo:

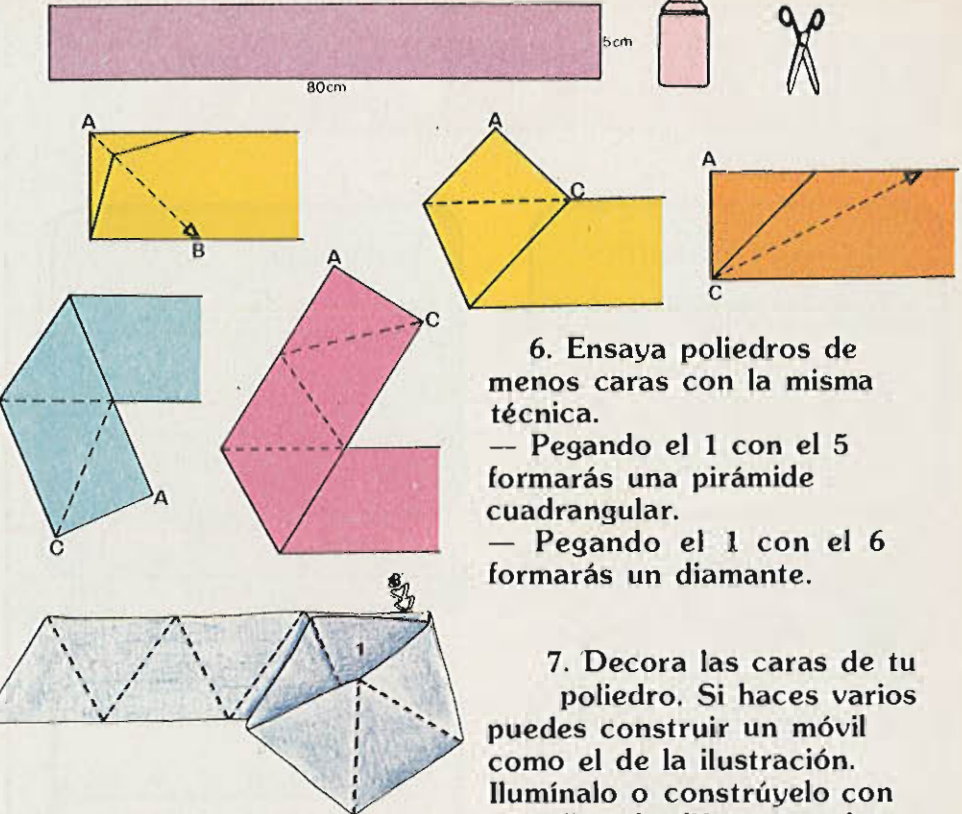
Dobla el extremo izquierdo de la tira hacia abajo, sobre el lado A B. Sobre ese primer doblez haz el segundo, tomando como vértice del siguiente triángulo el punto C. El doblez marcado se convertirá en el lado del triángulo siguiente. Al doblar (hacia adentro siempre) apoya el papel sobre una superficie plana.

2. Marca cuidadosamente cada doblez antes de desdoblar, para marcar el siguiente.

3. Un triángulo debe tener el vértice hacia abajo y el siguiente hacia arriba.

4. No obtendrás un triángulo equilátero regular sino hasta el tercero o cuarto triángulo. A partir de éste, numéralos y corta tu tira a partir del 1. Cuenta 31 triángulos y recorta la porción sobrante.

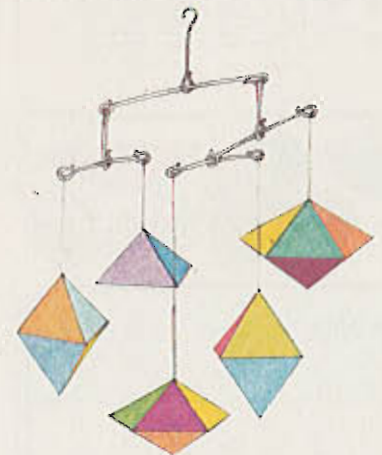
5. Dobla el triángulo 1 sobre el 8, de manera que el



6. Ensayá poliedros de menos caras con la misma técnica.

- Pegando el 1 con el 5 formarás una pirámide cuadrangular.
- Pegando el 1 con el 6 formarás un diamante.

7. Decora las caras de tu poliedro. Si haces varios puedes construir un móvil como el de la ilustración. Ilumínalo o constrúyelo con cartulina de diferente color.



lado 1D coincida con el lado 8D. Pega el triángulo 1 sobre el 8. Baja la tira que sostienes arriba del 2 para que empalmes el 11 sobre el 4 y el 12 sobre el 5. Continúa con el movimiento envolvente que los mismos dobleces te indicarán, hasta formar el poliedro. Debes envolverlo varias veces para asegurar su dureza. Pega el último triángulo (33) sobre el 15 para asegurarlo.

### ¿QUE TANTO SABES SOBRE LA INDEPENDENCIA DE MEXICO?

1. ¿Cuál era el nombre completo del cura Hidalgo?
2. ¿Dónde nació?
3. ¿En Dolores Hidalgo?      ¿En San Miguel Allende?      ¿En la Hacienda de Corralejo?
4. ¿Cuántos años tenía cuando inició la independencia el 16 de septiembre de 1810?  
¿60?      ¿57?      ¿45?
5. ¿Cuándo se consumó la independencia?  
¿1847?      ¿1821?      ¿1812?

Escribe los nombres de los dos primeros gobernantes de México independiente.  
Respuestas en la página 7.

# ¿QUE PONGO EN MI LECHE?



Allmentos que no deben faltar en la dieta de un escolar (7-12 años)

ALIMENTO	RACION	ESCOLAR
LECHE	1 vaso (210 ml.)	2 raciones diariamente
HUEVO	1 pieza	1 ración diariamente
FRIJOL, LENTEJAS HABAS O GARBANZO	90 grs.	2 raciones 5 veces por semana.
PESCADO, CARNE DE RES, DE POLLO O MENUENCIAS	60 grs.	1 ración 2 veces por semana.
QUESO	30 grs.	1 ración 2 veces por semana.
FRUTAS	120 grs.	4 raciones diariamente
VERDURAS	60 grs.	4 raciones diariamente
VARIOS	1/2 taza cereal o 1 tortilla o 1/2 bolillo o 1 plátano o 1 papa o 1 pan caja o 5 galletas	10 raciones diarias.

Respuestas a preguntas de la página 6.

1. Miguel Hidalgo y Costilla.
2. En la Hacienda de Corralejo, jurisdicción de Pénjamo (Guanajuato).
3. Tenía 57 años. Nació el 8 de mayo de 1753.
4. El 27 de septiembre de 1821, después de 11 años y 11 días de lucha.
5. Agustín de Iturbide. Guadalupe Victoria, que se llamaba realmente Miguel Fernández Félix.

## LICUADO DE PLATANO



- 3/4 de taza de leche
- 1/2 plátano
- 1 cucharada de azúcar
- 3 gotas de vainilla

## LICUADO DE HUEVO

- 3/4 de taza de leche
- 1 huevo
- 1 cucharadita de azúcar
- 3 gotas de vainilla



## LICUADO DE FRESA

- 3/4 de taza de leche
- 2 cucharaditas de azúcar
- 1/4 de taza de fresas frescas (bien lavadas)



## CHOCOLATE TRADICIONAL

- 1 taza de leche
- 1 tablilla de chocolate
- 1 molinillo.
- Se sirve caliente.



La tablilla de chocolate que conoces es la forma tradicional de preparar el chocolate. Se agrega a la leche, se disuelve sobre el fuego en una olla de barro o aluminio, por medio del molinillo y se espera a que hierva. Se bate hasta que haga espuma.

El cuadro anterior indica los alimentos que debe comer un niño en edad escolar. ¿Observas que es conveniente tomar de uno a dos vasos de leche todos los días? Desde luego, es mejor que tomes dos y mantengas tus reservas de calcio y proteínas.

La leche a veces parece desabrida y algunas mamás le agregan saborizantes y jarabes comerciales, pero estos productos, además de resultar poco económicos, están elaborados con sustancias artificiales que sólo los hacen de olor y color agradables y mejoran el sabor pero no son muy nutritivos. Te proporcionamos cinco sugerencias en los cuadros numerados para que elijas las combinaciones que más te gusten, que son más nutritivas y resultan más económicas.

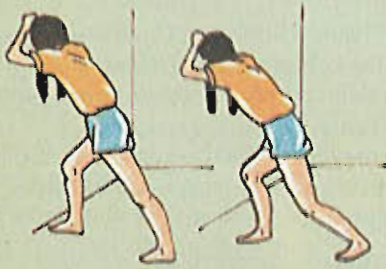
## LICUADO DE GUAYABA

- 3/4 de taza de leche
- 2 cucharaditas de azúcar
- 1/4 de cucharadita de vainilla
- 1 guayaba de tamaño medio



## EJERCICIOS PARA CORRER

### EJERCICIOS DE AFLOJAMIENTO



1. Apóyate sobre una pared con la cabeza y las manos. Coloca una pierna adelante y otra atrás, como en el dibujo. Dobla la pierna delantera y endereza la otra sin levantar el talón del suelo. Mueve las caderas en dirección a la pared. Mantén la posición 30 segundos. Ahora, dobla la rodilla de la pierna que tienes atrás durante 15 segundos. Repite con la otra pierna el mismo ejercicio.



2. Siéntate en cucullas con las piernas tan separadas que abarquen la anchura de los hombros. Coloca las manos y mantén los talones sobre el piso. Debes mantener esta posición 30 segundos.



3. Levanta una pierna hasta colocar el talón sobre un soporte a la altura de tu cintura. Dobla tu cintura sobre tu pierna levantada. Sostén 20 segundos. Repite con la otra pierna.

El día 28 de septiembre tendrá lugar un acontecimiento deportivo: el maratón de la ciudad de México, una carrera de 42 kilómetros que recorre muchas calles y avenidas de la gran ciudad.

Cientos de deportistas tomarán parte en él, con un auténtico espíritu de disciplina de entrenamiento y de amor al deporte. Han practicado durante todo el año y participarán con entusiasmo.

No es una contienda en la que puedan participar los niños pero

si tú y tus hermanos se interesan por este deporte, pueden empezar por recorrer cortas distancias. Para ello es conveniente irse entrenando desde ahora.

Para que los músculos se acostumbren poco a poco al nuevo ejercicio, antes de correr, los atletas hacen prácticas de aflojamiento como los del dibujo.

Aprende a ejecutarlos para que tu rutina de correr y respirar en forma sincronizada, sea más provechosa.

## el correo de los brincadores



### POESIAS DE NUESTROS LECTORES.

Un alumno de los cursos de educación para el consumo, nos entregó la siguiente poesía.

#### CARTA DE FIDEL

Seamos buenos consumidores  
y compremos sólo lo necesario  
en ropa y útiles escolares.  
"Cuidemos el salario".

Un año escolar  
de nueva cuenta  
se va a iniciar  
¡Que la mami esté atenta!

Que no se deje sorprender  
y compre lo necesario

de todo lo que le quieran vender,  
pues la Secretaría de Educación  
ha dado una lista oficial  
de los útiles escolares  
que utilizará en tu instrucción.

Así que a estudiar con ahínco  
para hacer más grande a nuestra  
nación

¡Ah! y sigue con El Brinco.

Por Fidel Ramírez F.



4. Arrodíllate sobre la pierna izquierda. Apoya las manos sobre el suelo. Asegúrate de que tu pierna descansa a todo lo largo sobre el suelo y tu espalda esté encorvada. Apoya todo tu peso sobre la pierna derecha, sin levantar el talón del suelo. Sostén esta posición durante 30 segundos y repite el ejercicio con la otra pierna.

#### LAPICITO

Ayúdame lapicito  
a hacer limpia mi tarea  
ya te saqué buena punta  
tengo abierta la libreta;  
en ella cada cuadrito,  
es un hoyo de sembrar  
que el lápiz plantando va.  
Ayúdame lapicito,  
las planas son mi labor,  
los renglones son el surco  
y yo soy el sembrador.  
Cuando acabe el primer año,  
tengo que saber leer.  
Esa será mi cosecha  
y quiero que se dé bien.

Veryuzkha  
Verónica Ramírez Flores, 12 años.  
Escuela Enrique García Gallegos.