

Del estudio de los medios, a la incorporación de las audiencias

MERCEDES CHARLES CREEL*

La comunicación como un complejo proceso de interacción en el cual los receptores aceptan, pero también rechazan, modifican y otorgan nuevos significados a los contenidos que reciben.

En los últimos años se ha puesto en evidencia que la escuela, en su papel de institución encargada de la socialización de los alumnos, así como de la difusión y preservación de la cultura, ha perdido terreno, mientras que los medios de comunicación, en especial la televisión (TV), parecen adquirir mayor relevancia.

Diversos trabajos e investigaciones plantean que la escuela no está brindando a los alumnos una formación de gran impacto y significación para sus vidas, mientras que la TV les proporciona referentes que dejan huella en lo que son y en lo que quieren ser, en su identidad personal y social, así como en la percepción del mundo y de la vida que tienen.

La investigación para comprender este fenómeno se convierte en una premisa indispensable para todos aquellos interesados en el campo de la comunicación educativa.

Además, la incorporación de los receptores como el punto nodal desde el cual se miran los procesos comunicativos ha introducido, en los últimos años, un gran cambio que repercute no sólo en la investigación de la comunicación, sino también en la forma de concebir a la educación.

Como veremos en este ensayo, este enfoque tiene grandes implicaciones epistemológicas, pero también brinda a la escuela nuevas posibilidades para crear un nuevo proyecto educativo capaz de brindar a los alumnos una educación más significativa, formándolos para enfrentar los nuevos retos que el siglo XXI les depara.

Los primeros estudios

En sus inicios, los estudios sobre la TV partían de una concepción lineal emisor-mensaje-receptor, que fraccionaba y consideraba en forma más o menos independiente cada uno de estos elementos.

Se pensaba, entonces, que la TV era un medio muy poderoso, con influencia directa en sus receptores. "La televisión fue estudiada como un medio electrónico que transmitía ideas, contenidos, y no en términos de una comunicación televisiva. Se ignoró que entre el público y el medio se producen relaciones de intercambio".¹ Por esto se concibió al medio con todo el poder para influir directamente en su público receptor, sobre todo si de niños se trataba.

Surgieron, entonces, numerosos trabajos que buscaban comprender y analizar los efectos de su programación en los niños. Pero sin definir aún a la comunicación como un intercambio de significados, sino como un proceso lineal que asociaba a la TV con un medio capaz de manipular la conciencia de los receptores. Esto determinaba, en buena medida, los resultados de la investigación. Los niños, como receptores de TV, eran considerados seres frágiles, que a manera de recipientes vacíos asimilaban tal cual el contenido de los mensajes. También se pensaba que el público infantil era un sujeto pasivo, indefenso y manipulable; por tanto, víctima del sistema televisivo.

El encuentro con el receptor

No fue sino hasta mediados de los años ochenta que la investigación empezó a reconocer la importancia del receptor en el proceso de comunicación. Ese sujeto al que todos situaban como víctima de los medios, sobre todo si pertenecía al sector infantil, empezó a ser conceptualizado de otra manera.

Se trataba, ahora, de entender la comunicación como un complejo proceso de interacción en el cual los

*Consultora en Comunicación Educativa y Corporativa.

¹ QUIROZ, Ma. Teresa. *Todas las Vices, Comunicación y Educación en el Perú*. Universidad de Lima, Perú, 1993. p. 53.

receptores aceptan, pero también rechazan, modifican y otorgan nuevos significados a los contenidos que reciben. Incluso, los niños eran capaces de resemantizar los mensajes a los que están expuestos. Se buscaba comprender y analizar la interacción comunicativa para desentrañar los complejos vínculos que se establecen entre los productos comunicativos y el universo cultural de sus públicos.

Esto implicó un cambio en la mirada, una ruptura epistemológica con grandes implicaciones teóricas y prácticas. Aunque, al principio, la investigación dio al receptor una libertad total de interpretar los mensajes, minimizando la fuerza del emisor y del mensaje; posteriormente, se consideró que esta libertad "sin límites" estaba sujeta a gran número de condicionamientos sociales y culturales.

Por otro lado, se conceptualizó a la comunicación como un proceso de interacción simbólica, en el cual dos uni-

versos semánticos (del emisor y del receptor) entran en contacto, generando una nueva síntesis comunicativa como resultado del proceso. En este sentido, Alicia Poloniato plantea que "las construcciones de sentido corresponden a ambos polos: el receptor y el emisor. Ambos también ponen en marcha sus respectivas

estrategias de producción y de lectura. Ni las de unos, ni las de otros son meras reproducciones de sentido, pero tampoco escapan a las determinantes globales del momento histórico y cultural".²

La investigación en cuanto a la recepción empezó a tratar de comprender cómo se lleva a cabo este proceso de interacción; qué hacen, cómo se aproximan y cómo y en qué sentido afectan a los receptores los mensajes a que están expuestos. Con esta nueva perspectiva surgieron ensayos e investigaciones que mostraban el estatus activo del receptor, así como su papel dinámico en este proceso de interacción y de producción de significados.

Por primera vez, los trabajos dejaron de lado la teoría de la aguja hipodérmica y buscaron estudiar el fenómeno desde otra perspectiva: como un proceso de intercambio simbólico entre la propuesta emitida por los medios masivos y el imaginario individual y colectivo de los sujetos.

Los estudios sobre recepción empezaron, así, a presentar nuevas perspectivas que daban cuenta de la interacción de la comunicación masiva con sus públicos. Sin desdeñar la importancia del emisor y del

mensaje, así como del poder que tienen en la conformación de las identidades sociales y de la agenda de discusión colectiva, centraron su punto de vista en comprender y analizar qué hacen los receptores con los mensajes, cuáles son sus hábitos y sus razones de consumo, y qué elementos intervienen en el proceso de negociación de significados de los mensajes que reciben.

El proceso de la comunicación se empezó a comprender no sólo desde el punto de vista del conocimiento sino también del reconocimiento. Para Jesús Martín Barbero, esto implica el análisis de las resistencias y las resignificaciones que se ejercen desde la actividad de apropiación de los mensajes, enmarcadas en los usos que los diferentes grupos sociales hacen de ellos.³

En estas investigaciones, la vida cotidiana adquiere una nueva dimensión, ya que constituye el escenario desde el cual se realizan los procesos de recepción televisiva. Además, ver TV se empezó a concebir como un proceso en el que entran en juego múltiples aspectos: desde el universo cultural e individual de los niños y jóvenes, hasta las actividades que realizan mientras reciben los mensajes televisivos, como son: hacer la tarea, jugar, leer historietas, dibujar, comer, pelearse con los hermanos, etc.

Por otro lado, esta línea de investigación ha permitido redimensionar el papel de la escuela, invitándola a enfrentar nuevos retos para conformar un nuevo proyecto educativo, orientado hacia el futuro al insertar aspectos fundamentales para enfrentar este universo audiovisual.

Las mediaciones en la recepción de mensajes

Como vimos, la apropiación de los mensajes implica un proceso de resignificación, en el cual se retoman, rechazan y reelaboran algunos de los elementos que proveen los mensajes. Pero esto no es un proceso libre, ni consciente, ya que entran en escena una serie de variables individuales y sociales que tienen un papel determinante. Desde la personalidad y el carácter del sujeto, hasta las instituciones sociales con las que tiene contacto, entre las que están la familia, el grupo de amigos y la escuela. También el entorno social y cultural, que influye en la conformación de sus estructuras de significación, tiene un papel relevante.

Estas variables que entran en juego en el proceso de apropiación y reelaboración del mensaje, se les ha denominado mediaciones. En este sentido, Guillermo Orozco, quien en México más ha

Los trabajos dejaron de lado la teoría de la aguja hipodérmica y buscaron estudiar el fenómeno como un proceso de intercambio simbólico entre la propuesta emitida por los medios masivos y el imaginario individual y colectivo de los sujetos.

² POLONIATO, Alicia. *Recepción televisiva y cultura: aspectos críticos*. En *Tecnología y Comunicación Educativa* No 21. Marzo 1993. ILCE, México, p. 53.

³ MARTÍN Barbero, Jesús. *Comunicación y Cultura: Una relación compleja*. En *Teoría* No. 19. FUNDESCO, Madrid, sept.-nov. de 1989, p. 24.

desarrollado este concepto plantea que en el proceso de recepción comunicativa hay que considerar cuatro grupos de mediaciones: individual, situacional, institucional y video técnico.⁴

1. **La mediación individual:** surge del sujeto considerado en su dimensión individual y social. Por tanto, incluye su desarrollo cognoscitivo y emotivo, el género al que pertenece, la edad, la etnia, etc., así como los elementos significativos de la cultura de la cual forma parte.
2. **La mediación situacional:** se refiere al contexto en el cual se lleva a cabo el proceso de recepción, trascendiendo el momento en el que el sujeto entra en contacto directo con el medio de comunicación.

Considera al hogar como el escenario primario en el que se producen las negociaciones y apropiaciones de significado. También toma en cuenta la habitación, si se está solo o acompañado, así como las actividades paralelas que se realizan al ver televisión. Como escenarios situacionales secundarios están: la escuela, el barrio, los amigos, etc.

3. **La mediación institucional:** considera que el receptor participa en forma simultánea en diversas organizaciones e instituciones sociales. Además de ser receptor, es hijo de familia, amigo, alumno, miembro de una cultura, etc. Desde todas estas identidades, múltiples y muchas veces contradictorias, las diversas instituciones tratan de mediar el significado de la recepción.
4. **La mediación tecnológica:** se produce por el hecho de que cada medio de comunicación tiene lenguajes y características técnicas propias que influyen en los procesos de recepción. La TV utiliza un lenguaje particular para generar sus mensajes, reproducirlos y presentarlos al auditorio, entrando en juego sus diversos géneros y formatos, las tomas, los planos, los encuadres, etc.

Esta estructura teórica aún tiene grandes lagunas. La investigación todavía no ha podido desentrañar hasta qué grado afectan cada una de las mediaciones mencionadas, cuáles tienen más relevancia y en qué casos, ni cuáles son variables dependientes e independientes.

Ciertamente, estudiar la recepción es una tarea compleja, ya que es un proceso constituido por un tejido de hilos invisibles que intervienen tanto en la producción y transmisión de mensajes, como en la con-

formación de las matrices culturales del receptor. Si bien es cierto que estas últimas tienen una génesis social, cada sujeto también reelabora los significados según su experiencia y características individuales.

Sin embargo, concebir que el proceso de recepción está atravesado por un tejido de mediaciones, significa que podemos actuar desde ellas.

O sea, que desde la escuela se puede proveer al estudiante de una estructura cognoscitiva más sólida, así como de herramientas para efectuar procesos de recepción televisiva más selectivos, reflexivos y críticos.

El significado

Hace algunas décadas el significado en el proceso de comunicación se estudiaba a partir del mensaje. Sin embargo, al concebir a la comunicación como interacción, el significado empezó a incluir a los sujetos receptores y a considerarlos como protagonistas. Partiendo de esto, Carlos Luna define al significado como: "el conjunto de mediaciones cognitivas y valorales a través de las cuales el hombre, como ser individual y social, interioriza al mundo y se dispone ante él. En este sentido, el significado es una estructura que media la relación sujeto-objeto y que por lo tanto se erige como una dimensión constitutiva de ambos".⁵

El significado, como estructura mediadora entre sujeto y objeto, permite a las personas hacer inteligible su realidad y orientar, en buena medida, las relaciones que tienen con su entorno. El significado, como producto social, a la vez que está determinado por la red de relaciones sociales, refuerza las relaciones existentes al interior de esa misma red, y no es inherente únicamente a los mensajes sino que se produce en la interacción de éstos con los sujetos receptores.

Al hablar de interacción, los estudios de recepción tienen que considerar como marco de referencia el universo cultural y la problemática en la cual están insertos los receptores. Por tanto, conciben a los niños y jóvenes como sujetos inscritos en un grupo social que les proporciona una matriz cultural, una manera de mirar al mundo y a la vida, así como una forma de concebirse como sujetos sociales.

Se considera que es desde esta matriz, donde se adquiere la capacidad de confrontar, aceptar, criticar, analizar e incluso reelaborar los mensajes de los

La investigación todavía no ha podido desentrañar hasta qué grado afectan cada una de las mediaciones, cuáles tienen más relevancia y en qué casos, ni cuáles son variables dependientes e independientes.

⁴ OROZCO, Guillermo. *Recepción televisiva y Mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia*. En *Televisión. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. Universidad Iberoamericana, México, 1994. pp. 75 a 81.

⁵ LUNA Cerec, Carlos. *Universidad y significado*. En *Renglones* No. 3. Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente. Oaxalajaza, 1985. p. 4.

medios para adecuarlos a su propia realidad, a sus intereses y necesidades particulares.

Desde esta perspectiva, Antonio Paoli plantea que "el sujeto receptor tiene amplias posibilidades de transformar su captación (de los mensajes). Puede rehacer la síntesis significativa que recibe; reinterpretarla con un sistema simbólico distinto al del emisor y así protegerse".⁶ Esto se debe a que el sistema simbólico del sujeto procura, a priori, formas de lectura e interpretación, pero estas formas son resultado de la historia personal y social de los receptores, del individuo y del grupo al que pertenece.

ahora en interconexión con un circuito de consumo internacional que permite una interidentificación que rebasa fronteras.

El desplazamiento de la escuela en esta función formativa afecta a todos los integrantes de la comunidad educativa, pero los responsables del funcionamiento del sistema aún no han querido enfrentar este problema.

Por lo general, parten del supuesto de que la escuela es el espacio del aprendizaje, mientras que la TV constituye el espacio del placer y del entretenimiento, por tanto, no hay un compromiso institucional para buscar nuevas alternativas de solución.



Estudiar la recepción televisiva implica, entonces, conocer cómo y por qué los niños y jóvenes se acercan a este medio de comunicación, en qué contexto reciben sus mensajes y qué uso les dan dentro de sus vidas. Esto ha permitido subrayar la interacción de los medios con la realidad social y cultural, internalizada por los receptores, conocer sus gustos y preferencias, las razones que brindan al consumo de TV y algunas de las huellas que los mensajes dejan en sus vidas.

Pero también ha creado una nueva posibilidad de la intervención educativa

para generar procesos de recepción más críticos, reflexivos y autónomos. Adquiriendo con ello la escuela una nueva veta y un gran reto en la formación de sus alumnos.

La escuela y la televisión

Hay múltiples indicios de que la escuela no se ha adecuado a los tiempos actuales y al ritmo de los cambios. Mientras tanto, la TV está presente en forma significativa en las vidas de los educandos, dándoles información sobre el aquí y el ahora, en el mismo momento en que suceden los hechos, abordando en forma simultánea niveles locales, nacionales e internacionales. Este medio les proporciona referentes que dejan huella en la construcción de su identidad infantil y juvenil, pero además

creativamente, se necesitan tablas de nuevos aprendizajes sobre la relación escuela/medios de comunicación así como la creación de un proyecto pedagógico que los incorpore en su propuesta educativa para propiciar en los receptores una postura crítica y un pensamiento autónomo ante los mensajes que reciben.

También pensamos que la escuela debiera constituirse en un verdadero espacio de comunicación, en donde se permita a los niños y jóvenes poner significados en común, vincularse entre ellos y con el mundo adulto, discutir y respetar las diferencias, y formarse un criterio autónomo. Espacio cuyo objetivo sea formar alumnos para que, en la medida de sus posibilidades y de acuerdo con su edad, sean protagonistas de sus vidas y responsables de sus elecciones. Se trata de conformar en ellos una personalidad autónoma que les permita construir el sentido de su vida, fomentar su capacidad de tomar decisiones, imaginar soluciones y crear nuevos escenarios.

No obstante es la TV quien está educando a los niños y a los jóvenes. Hay signos de que influye en sus gustos y valores, les muestra la existencia de formas de vida y maneras ideales de ver el mundo y de actuar en él así como prototipos de hombre a imitar, referentes, formas y señas de identidad colectiva. Así, los mensajes se insertan en un complejo tejido de propuestas de entendimiento del mundo y del papel del hombre en la sociedad, entre las cuales está, aunque debilitada, la de la escuela.

Si estamos de acuerdo en que la educación es un proceso continuo, que rebasa los muros de la escuela, es entonces resultado de la experiencia que los sujetos tienen en la gama de relaciones que establecen en los diversos ámbitos de la vida social, así como en sus prácticas cotidianas. En ellas se incorporan conocimientos, valores y habilidades, aunque el sujeto no esté consciente de eso. Los medios de

⁶ PAOLI, Antonio. *Recepción, Significado y Forma Simbólica. En Terceridad: Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. Universidad Iberoamericana, México, 1994, p. 116.

comunicación, en especial la TV, conforman una parte importante de este saber cotidiano.

Los mensajes de este medio proporcionan la materia prima para que el receptor conozca e introyecte determinadas formas de ver y de conocer el mundo y la vida, proceso que "puede tener lugar sin que el sujeto se dé cuenta y sin la participación en una actividad de enseñanza. El aprendizaje no requiere de intencionalidad. El aprendizaje puede ocurrir sin el objetivo de aprender... aprender no se restringe al uso de elementos racionales. Gran cantidad de lo que los educandos aprenden es a través de las emociones".⁷

Ante lo anterior, pensamos que es posible aprovechar el espacio escolar para capitalizar creativamente la oferta de mensajes televisivos y, así, enriquecer el proceso formativo de los alumnos. Para esto, en el currículum tiene que introducirse la enseñanza de herramientas para acercarse al mundo audiovisual, para diseccionarlo y ponerlo en la mesa de discusión, ya que este universo será predominante durante las próximas décadas.

Es posible usar la TV con fines y objetivos educativos, por medio de la creación de espacios de análisis, de crítica y de construcción del conocimiento. Porque "podemos afirmar que la formulación de un mensaje no determina los significados del receptor. Aquí se abre el espacio de la libertad personal y de grupo. Libertad para determinar de qué manera será afectado por la síntesis significativa recibida. Esa libertad se conquista. No es gratuita".⁸

Y una forma de conquistarla es mediante el trabajo serio, el diálogo, la discusión y la adquisición de herramientas para que los alumnos sean sujetos críticos, reflexivos, creativos y exigentes. La escuela tiene, aquí, una área de oportunidad francamente interesante.

Una educación para la comunicación

Lo planteado hasta ahora exige la búsqueda de nuevos modelos pedagógicos que tengan como objetivo una educación en y para la comunicación. Y aquí nos referimos a todas las formas de comunicación, desde la interacción individual y grupal basada en el diálogo y en la confrontación grupal con el objeto de estudio, hasta el uso y el aprovechamiento educativo de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías de información.

En el caso de la TV, aprovecharla en el proceso de educación formal puede responder a varias formas, programas, estrategias y metodologías, cuya elección y creación dependerá de los objetivos que se pretendan. Un diagnóstico inicial deberá de actuar como punto de partida para clarificar dónde se inserta la problemática que atañe a la escuela, el tipo de alumnos que queremos formar y los objetivos que se pretenden.

Al insertar la TV en la escuela se pretende hacer un uso educativo de este medio, "aprovechando la imagen visual para 'alfabetizar' en torno a ella. Se ha pensado tradicionalmente que sólo hay que alfabetizar en torno a la palabra escrita, lo cual es muy limitante. Se trata de hacerlo también en relación con otros códigos, particularmente de la imagen. Hablar, discutir sobre lo que se ve, interpretar su sentido, imaginar formas expresivas, auditivas y visuales, puede contribuir significativamente a la formación integral del educando. Desarrollar la capacidad selectiva y analítica frente a la TV, y no por ello dejar de disfrutarla, constituye otro de los grandes retos frente a la TV".⁹

Utilizar el material televisivo como núcleo generador de aprendizajes significa aprovechar la exposición e interés que tienen los educandos hacia sus mensajes. Hay múltiples temas que surgen de la pantalla y que pueden ser aprovechados para que los alumnos investiguen problemas de su tiempo y de su interés, para que comparen el discurso de la TV con su propia realidad, y adquieran consciencia y autonomía en lo que son y lo que quieren ser, como personas y como grupo. Materia prima que es totalmente desaprovechada por la escuela debido a la separación que se ha generado entre el mundo de la escuela y el medio ambiente que rodea e interesa a los educandos.

La TV es parte del entorno cotidiano de los estudiantes. ¿Por qué no aprovecharla en el proceso de enseñanza aprendizaje, si uno de los objetivos de la educación es permitir al educando comprender su entorno? ¿Por qué tener miedo de tomar en cuenta en el salón de clases sus experiencias cercanas, como es su exposición a este medio de comunicación? ¿Por qué no darles las herramientas para acercarse a la TV en forma más reflexiva? Trabajar con la TV en la educación formal permitiría al educando establecer una distancia reflexiva en la recepción de los productos culturales a los que está expuesto

En el currículum tiene que introducirse la enseñanza de herramientas para acercarse al mundo audiovisual, para diseccionarlo y ponerlo en la mesa de discusión, ya que este universo será predominante durante las próximas décadas.

⁷ OROCO, Guillermo. *Research on cognitive effects of mini-educational TV: an epistemological discussion*. International Television Studies Conference. Mimeo. London, 1996.

⁸ PAOLL, Antonio. *Opus cit.* p.120.

⁹ QUIROZ, Ma. Teresa. *Opus cit.* pp. 72 y 73.



diariamente, y que, por las mismas características de este medio, resulta imposible hacerlo. "No hay duda de que el maestro que puede utilizar en el proceso educativo tanto un programa de televisión como un libro de texto, o un disco o un artículo periodístico, y que usa los medios de comunicación en forma creativa como fuentes alternativas de información, provee un ambiente más actualizado e interesante para sus alumnos. Pero si estas fuentes de información no están sujetas a una revisión

crítica por parte de los maestros, se introduciría una visión mitificadora de los medios y del conocimiento bajo el disfraz de progresivismo y de relevancia educativa".¹⁹

El material proveniente de los medios de comunicación no es, en sí mismo, educativo, sino que esta característica depende del uso y apropiación que se haga de dicho material.

La educación para los medios

La relación de los educandos con la TV ha sido en frentada por la escuela, en diversos países y desde hace varias décadas, con programas de Educación para los Medios. Estos programas dejaron ya de lado el pensamiento que satanizaba los contenidos de la TV y que consideraba a los niños como víctimas de los medios de comunicación. A través de estos programas se busca generar en los alumnos procesos reflexivos y críticos para revisar y poner en la mesa de la discusión grupal su relación con la TV, los contenidos, los lenguajes, la ideología, los géneros... Se trata, pues, de que los educandos se transformen en receptores activos, con las herramientas necesarias para analizar y reflexionar sobre este medio de comunicación.

Aunque la tendencia dominante de las sociedades modernas es a reducir la capacidad reflexiva, analítica y crítica de las personas, a través de la Educación para los Medios se busca potencializar esta capacidad. Por esto, es importante crear espacios para el análisis y la reflexión colectiva tanto de los lenguajes y los contenidos de los medios como de los procesos de recepción.

En estos programas se realizan múltiples ejercicios de resignificación colectiva de mensajes, como una práctica que permite tomar distancia, reconocer lo propio y diferenciarlo de lo ajeno e impuesto, pensar los mensajes y reflexionar sobre ellos. Se develan imágenes y prácticas, y se trata de realizar una revalorización y readecuación colectiva del significado que tiene lo propio con respecto al mundo que presenta la pantalla.

Actuar desde las mediaciones

Retomando las mediaciones que se presentan en los procesos de recepción, ciertamente la escuela puede trabajar desde cada una de ellas con múltiples perspectivas. A continuación, presentamos un esbozo de propuesta:

1. Desde la mediación individual: tratando de que, a través del currículo, se fortalezcan las estructuras cognoscitivas de los alumnos, no sólo brindándoles información, sino también categorías y habilidades que les permitan establecer relaciones, crear analogías, poner en entredicho, argumentar y aplicar el conocimiento a otras situaciones.

Asimismo, introduciendo en el salón de clases aquellos elementos fundamentales de su universo cultural, uno de los cuales, ciertamente, es la TV. Se trata de conocer y desentrañar el estilo de vida y de sociedad que la TV transmite como legítimo; reflexionar sobre la características de la construcción simbólica de niños y jóvenes que estimula, y comparar todo esto con lo propio, tratando de conocer y confrontar los valores implícitos en ambos universos culturales.

2. Desde la mediación situacional: introducir la TV en el salón de clases implica un cambio radical en la situación de la recepción. Sobre todo porque permite la discusión colectiva, el desentrañamiento simbólico de programas, la orientación por parte del maestro, la introducción de temas de reflexión sobre algún aspecto en particular, la construcción grupal de un nuevo sentido, etc.

Hay estudios que comprueban los cambios positivos en la recepción de mensajes televisivos, cuando éstos se introducen en la escuela y se sujetan a la reflexión y juicio colectivo de los alumnos.

3. Desde la mediación institucional: la escuela como institución debe tener claro su papel mediador. Abordar a la TV como medio de comunicación (con sus funciones ideológicas

¹⁹ MASTERMAN, Len.
Teaching the Media. Londres. Edit.
Comedia. 1985, p. 63.

y culturales), así como a los niños en su papel de receptores de mensajes, le permitirá tener consciencia de su función formativa en materia de recepción televisiva. Ciertamente, esta consciencia le permitirá ampliar su función mediadora y dirigirla hacia los fines educativos que se ha propuesto en su proyecto pedagógico.

4. Desde la mediación tecnológica: se trata de proporcionar a los alumnos elementos para la comprensión técnica del lenguaje audiovisual, para conocer sus diferentes géneros y formatos, sus códigos, tomas y acercamientos, para entender cómo están contruidos los documentos audiovisuales y el significado implícito en dicha construcción. Incluso, se puede adiestrar a los alumnos en el uso del video, como un recurso para poder expresar su pensamiento. "En la pedagogía de la imagen deberían estar estrechamente relacionados el enseñar a mirar, el enseñar a ver y el enseñar a hacer imágenes como formas de participación activa en el proceso de comunicación".¹¹

Palabras finales

Es un hecho que el siglo XXI se caracterizará por la prominencia de la imagen visual y de los textos electrónicos, por tanto, pensamos que la escuela deberá de asumir el reto de tomar en sus manos la responsabilidad de formar a los niños y jóvenes en su lectura, uso y desentrañamiento. Pero es importante darles herramientas para que sean capaces de discriminar, diseccionar y hacer una lectura crítica de los múltiples mensajes a los que tienen acceso.

En este sentido, la educación para la comunicación puede ser de gran utilidad. Se requiere desterrar en los educadores la idea de que los medios de comunicación destejen el esfuerzo educativo realizado en clase. Es común que los maestros piensen que la labor pedagógica que realizan con los alumnos es destruida por la TV, ya que les quita tiempo para la realización de tareas, los enajena y fomenta su pasividad, por lo que es necesario que cambien su punto de vista.

Es indispensable que la escuela replantee su proyecto pedagógico para:

- Transformarse en una institución que brinde una formación significativa a sus alumnos y convertir sus aulas en espacios de comunicación.

- Brindar una educación a la altura de los tiempos, introduciendo el aquí y el ahora, así como sus proyecciones futuras. Esto significa tomar como punto de partida el conocimiento de la matriz cultural actual de los niños y jóvenes, sus intereses, temores, sueños, fantasías y vida cotidiana, así como la comprensión y análisis del papel que tienen los medios de comunicación en todo esto.

- Dar a los alumnos elementos para mirar la TV en forma crítica y creativa.

- Ayudarles a apropiarse de todos los medios de expresión que se encuentran a su alcance: de la lectura, no sólo para leer libros de texto obligatorio, sino para leer todo aquello que les permita conocer el mundo, reflexionar sobre él, conocerse a sí mismos un poco más, y pensar quiénes son y qué quieren ser en el futuro. De la palabra escrita, no sólo para hacer tareas y cumplir con objetivos pedagógicos, sino también para escribir sus cuentos, sus historias, la historia de su familia, de su pueblo o localidad, para crear narraciones y poemas... De cualquier forma de expresión para que se apropien de ella, del dibujo y la pintura, el teatro y el guión, el periódico, el radio, el video...

Se requiere desterrar en los educadores la idea de que los medios de comunicación destejen el esfuerzo educativo realizado en clase.

- Proporcionarles elementos para conocer el lenguaje de los medios y tener una visión crítica y reflexiva ante aquello que les brindan. Esto implica llevar los medios al salón de clases para diseccionar sus lenguajes y géneros; para analizar sus contenidos y criticarlos; para conocer cuál es la propuesta de vida que sugieren y ponerla en entre dicho, y ¿por qué no?, para aprovechar muchos programas que pueden auxiliarnos en nuestra labor educativa: en la actualización de contenidos, en la motivación de los alumnos, en ser punto de partida para conocer mejor el mundo que nos rodea.

El Siglo XXI se acerca con rapidez, y va a requerir de personas pensantes, no dóciles ni domesticadas, sino capaces de enfrentar nuevos retos, de criticar y de romper viejos modelos para poder crear, de soñar para construir utopías, pero también capaces de enfrentar un mundo permeado por tecnologías audiovisuales. El sistema educativo, en general, y el maestro, en particular, tienen este gran reto entre sus manos.

¹¹ GARCÍA Mantilla, Agustín. *Los medios para la comunicación educativa. En La Revolución de los Medios Audiovisuales*. Edición de la Torre. Madrid, 1993. p. 64.

TALLERES DE COMUNICACIÓN Y APRENDIZAJE EN EL AULA

COMUNICACIÓN Y PERCEPCIÓN VISUAL Y AUDITIVA



OBJETIVO

Actualizar al docente en el manejo de instrumentos teórico-prácticos que le permitan identificar y solucionar alteraciones en los procesos visuales y auditivos que afectan y repercuten en el aprendizaje académico.

COMUNICACIÓN Y APRENDIZAJE EN GRUPO

OBJETIVO

Actualizar al docente en el conocimiento de la estructura y dinámica de un grupo, la comunicación grupal y el liderazgo, para favorecer en la práctica su papel como comunicador.



COMUNICACIÓN ENTRE LA ESCUELA, LA FAMILIA Y LA COMUNIDAD



OBJETIVO

Manejar instrumentos teórico-prácticos para atender al niño como un ser biopsicosocial cuyo comportamiento en la escuela y capacidad de aprendizaje son influidos por los ambientes social y familiar.

COMUNICACIÓN ORAL Y NO VERBAL EN EL AULA

OBJETIVO

Mejorar las habilidades docentes en el empleo de la comunicación oral y la comunicación no verbal en el proceso de enseñanza-aprendizaje, así como en el uso de estrategias de enseñanza que contribuyan a mejorar la comunicación y el aprendizaje en el aula.



INFORMES E INSCRIPCIONES:



INSTITUTO LATINOAMERICANO DE LA COMUNICACION EDUCATIVA

Centro de Estudios en Tecnología Educativa y Comunicación (CETEC)

Calle del Puente No. 45, Col. Ejidos de Huipulco, Delegación Tlalpan, C.P. 14380, México, D.F.

Tel. 728-6546 y 728-6544 Fax: 728-6558 Dirección Electrónica: sotorey@unamvml.dgsc.unam.mx