

C A P I T U L O 1

T E L E V I S I Ó N , E D U C A C I Ó N Y C U L T U R A

M E D I O S Y E S C U E L A F R E N T E A F R E N T E

E L C O L O R D E L A S C O S A S D E P E N D E
D E L C R I S T A L C O N Q U E S E M R E N .

Hablar de hombre y sociedad, de realidad y cultura, es hablar de comunicación. La forma en que el hombre se confirma a sí mismo como tal, es frente a otro hombre; la forma en que el grupo humano se identifica como parte de una sociedad, es a partir de su cultura, y para que esto suceda, tanto en lo individual como en lo colectivo, es necesaria la comunicación.

Desde este trabajo, la mirada sobre el fenómeno comunicativo en el cual se implican los procesos de educar y aprender del hombre, y debido a las necesidades que plantea la construcción y delimitación del objeto de estudio, he decidido basarme en el método de investigación cualitativa, considerando principalmente que para lograr este acercamiento a la realidad comunicativa de los sujetos es a partir de su recepción mediática.

Con este acercamiento metodológico observo el fenómeno comunicativo desde la cotidianidad; considerando los procesos a partir de los cuales los individuos *"construyen socialmente la realidad" y le dan sentido tanto a lo que hacen como a lo que perciben*; y trato de identificar *"la constitución de las identidades sociales de los sujetos, en cuanto participantes (agentes) en distintos grados y modalidades, de la estructuración social mediante prácticas (interacciones) comunicativas"* (Fuentes, 2002). Tomando en

cuenta que los principales elementos que es necesario observar, analizar y reconstruir para realizar una propuesta de educación para los medios requieren la comprensión de los sujetos y sus contextos, tanto culturales como sociales.

En el proceso de existencia del hombre, como factor determinante de sus cambios sociales; la comunicación, ha jugado el papel central. Dice Thompson (1998), "en todas las sociedades, los seres humanos se dedican a la producción e intercambio de información y contenidos simbólicos".

"Cada época histórica y cada tipo de sociedad tienen la configuración comunicacional que se merecen." (Mattenhart, 1995). Lo importante en el estudio de las sociedades, vistas desde la comunicación, será identificar las formas y rupturas de los cambios sociales, y el papel que han jugado los medios de comunicación en éstos.

En dichas sociedades, el desarrollo del lenguaje simbólico, la invención de la escritura, el papel, la imprenta, el telégrafo, la televisión, el ciberespacio, y toda forma tecnológica de comunicación, han sido determinantes para la realización de los cambios sociales y culturales.

Estos cambios no son naturales, los juegos de poder que se han establecido en cada época han intervenido de una u otra forma en la evolución, utilización y difusión de dichos medios; en la época contemporánea, la modificación de la percepción espacio-tiempo producida por los avances tecnológicos de los medios de comunicación, ha jugado un importante papel en los cambios globales de la transformación del mundo (Thompson, 1998).

Con la intervención de los medios en los procesos políticos, la cultura y la sociedad contemporáneas sufren continuamente cambios no previstos ni controlados por los grupos de poder, planteando retos de análisis e

interpretación a los estudiosos sociales que no han sabido o no han querido asumir a los medios dentro de su forma de conocer la realidad social contemporánea, o enriqueciendo el universo de investigación de aquellos que los han asumido desde las diversas perspectivas que plantea el estudio de la sociedad y los medios.

La realidad cultural de hoy es la realidad inmersa en la radio, saturada de imágenes de televisión y contrastada con el mundo virtual de Internet. Ante estos nuevos espacios, lenguajes y concepciones polisémicas, el hombre del siglo veintiuno debe asumir su cultura. Cultura híbrida, cultura desespacializada y multivinculada, cultura globalizada e individualizada, pero al final, cultura asumida y caracterizada con la realidad temporal de la experiencia cotidiana de cada grupo humano, de cada sociedad, de cada individuo.

De esta manera, el proceso cultural por el que pasa cada sociedad, es mediado por las formas de comunicación, por la comunicación misma y por la forma particular de asumir la realidad que es característica de cada sociedad, dentro de los límites de su espacio geopolítico, de su tiempo y su comprensión del mismo.

PLATAFORMA DESDE DONDE SE ENFOCA MIRADA: LA RECEPCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Tanto en el campo como en la ciudad, los medios "masivos" de comunicación, plantean modelos de vida y son fuente de información y recreación para la mayoría de los mexicanos.

De acuerdo a investigaciones sobre consumos culturales publicadas en 1996, el 91% de los encuestados en todo el país ve televisión y escucha

radio, el 30% nunca lee un periódico, y un 21% no posee libros (González y Chávez 1996). De lo anterior podemos inferir que en México la mayoría de la población obtiene su información y diversión a partir de la mediación de la radio y/o la tv.

Considerando la Televisión sólo como medio desde un punto de vista popular, podemos decir a su favor que presenta: la atractiva combinación de imagen y sonido; la oferta de fantasías que ayudan a evadir la propia realidad; la economía de inversión "una vez al comprar el aparato"; la comodidad y seguridad de tener la distracción de un "universo de posibilidades dentro del propio hogar", la facilidad de conocer la noticia "desde el lugar de los hechos" en la comodidad de tu propio hogar.

En cuanto a los telespectadores, debemos reconocer los contextos de vida en la actualidad y forma en que les afectan: los reducidos espacios de sus viviendas; la estrechez de los recursos familiares en una gran población de mexicanos, la necesidad de trabajo de la madre fuera del hogar que conlleva la necesidad de mantener a los niños en el hogar; la comodidad de una niñera "gratis", que sabe "tranquilizar a los niños manteniéndolos sentados y en silencio"; la reducción de la capacidad creativa o económica de ofrecer a los niños y adolescentes diversiones; la necesidad de construir identidades a partir de la identificación de los programas que establecen los estereotipos de moda...etc.

ENFOQUES TEÓRICOS DE LA INVESTIGACIÓN DE LA RECEPCIÓN MEDIÁTICA .

Para identificar este acercamiento entre el medio y la audiencia, existen diferentes enfoques teórico metodológicos, que se mencionan a continuación, los cuales determinan la postura de los estudios de recepción

mediática. Cada enfoque toma su propia postura y entre ellos existen los que son complementarios y los que son totalmente opuestos en su forma de explicar la recepción mediática, así como su forma de comprender las características de los elementos que entran en juego dentro de dicha recepción. Del enfoque que se toma para el estudio de la recepción se determina el papel que juega el medio, el mensaje y la audiencia en esta dinámica de comunicación. (Jensen y Rosengren, en Orozco, 1990)

1. LA INVESTIGACIÓN SOBRE LOS EFECTOS :

Este enfoque se encuentra fundamentado en el trabajo de McLuhan (1967) que explica la relación de la cultura con la técnica, estableciendo el principio "el medio es el mensaje". El paradigma que le sostiene se origina en los primeros estudios sobre la influencia de los medios de comunicación sobre las audiencias considerando éstas como "masa sujeta a las decisiones tomadas por los intereses de quienes envían el mensaje".

La pregunta que se plantea es: **¿Qué hacen los medios a los individuos?** Visualizando a la audiencia como un conjunto de individuos en contacto con un mensaje que establece el poder de los medios sobre las personas. Negándole al público la capacidad de tomar decisiones y de interactuar con el mensaje recibido.

En esta corriente se basan los publicistas al realizar sus campañas. También ha sido utilizado este principio por las campañas políticas de algunos sectores que desean conservar, o tomar el poder.

La violencia televisiva considerada como factor de incrementar la violencia en las calles también se basa en esta teoría.

2.LA INVESTIGACIÓN DE USOS Y GRATIFICACIONES .

El segundo enfoque ,basado en un análisis sociológico sobre la relación de los Medios con la Sociedad, considera que la influencia de los medios no puede ser directa ni puede ser limitada, sino que depende de la satisfacción que otorgue al espectador.

La pregunta que se plantea esta postura es: **¿Qué hacen los individuos con los medios de comunicación?** Y pretende responder cuáles son los beneficios y gratificaciones que tiene la audiencia en contacto con los medios.

En este paradigma se basan las empresas de los medios de comunicación, prometiendo ofrecer situaciones placenteras, y desde luego, es muy utilizado por la publicidad.

3.LOS ESTUDIOS DE LA CRÍTICA LITERARIA .

Este paradigma se basa en la percepción del espectador. Considera que los textos (impresos, audiovisuales, etc.) en cierta forma moldean a los lectores o a los telespectadores.

Así como las audiencias ejercen su influencia en los contenidos televisivos con su aceptación o rechazo, el medio ofrece una serie de elementos técnicos, éticos, estéticos y sociales etc., que lo conforman ante el espectador. La pregunta es: **¿Cómo acepta el receptor el mensaje de los Medios?** A quí se pone en consideración si el receptor admitirá los ideales que se le proponen o entrará en profunda resistencia. Dentro de esos límites extremos puede tomar diferentes posturas ante los medios en general y con un medio en particular.

4. LOS ESTUDIOS CULTURALES .

Los estudios culturales tienen su origen en la Universidad de Birmingham, cuestionan la teoría de los efectos cobcando a la recepción como una práctica compleja de construcción social, la pregunta es: **¿Cómo interpreta el receptor el mensaje de los medios?** considerando que los receptores pueden interpretar los mensajes de acuerdo a:

- Posicionarse en total acuerdo con la codificación del emisor, aceptando y asumiendo la programación del medio.
- Tomar postura de oposición con total desacuerdo con la forma en que codifica el emisor.
- Actitud de negociación con el modo en que codifica el emisor, habiendo puntos de acuerdo y de desacuerdo con la programación recibida. Aunque no sea del todo precisa esa contradicción, pueden observarse negociaciones de significado y de sentido.

5. EL ANÁLISIS INTEGRAL DE LA RECEPCIÓN .

Investigación principalmente extendida en el contexto latinoamericano. Considera que el sujeto receptor no se enfrenta al medio de una forma necesariamente irreflexiva (Orzco, 1991), como una esponja sujeta a recibir sin cuestionar todo lo que se le presenta, sino el receptor cuenta por su contexto social con valores, creencias, ideas y convicciones que entrarán en juego con el mensaje ofrecido por el emisor, con el que juega llevándolo a comentarios e interacciones con sus grupos sociales, realizando así una "televidencia", mediada, probngada y asimilada con múltiples intervenciones socioculturales que le permiten interactuar con el medio, por ello se considera un enfoque integral de la recepción. La

pregunta central que se plantea es ¿cómo se realiza el proceso de la recepción?

Lo que se pretende a partir de ésta investigación es que la recepción sea al mismo tiempo crítica y lúdica, se intenta recuperar el placer de ver con el placer de reflexionar.

PO S T U R A T E Ó R I C A D E E S T A I N V E S T I G A C I Ó N .

Es desde la postura de investigación de la Análisis Integral de Recepción de donde parte la mirada de mi trabajo de investigación, por distintos motivos.

En primer lugar, porque considero que la audiencia, sin importar la edad que ésta tenga, no es un elemento pasivo ante el medio y el mensaje que el medio emite, sino que es un sujeto con múltiples recursos culturales, sociales e individuales, que median su recepción dando sentido a sus percepciones, de tal forma que la manera en que cada sujeto se apropia de los contenidos: informativos, culturales, educativos, publicitarios, de entretenimiento, etc., se ve conformada por los elementos socioculturales que son parte de su vida cotidiana. Ante este punto es interesante la expresión de un niño de cuatro años ante un publicitario de un juguete electrónico: "¡mentira!, no es cierto que vuela".

Otro punto importante es que la recepción televisiva puede ser mediada de forma directa en el momento mismo en que se ve el programa, por los comentarios que se hacen entre los televidentes, por las acotaciones a la propia realidad y las formas en que los sistemas culturales validan o desvaloran las situaciones que se proponen en la programación, de tal

forma que desde los publicitarios hasta los informativos, pasando por la telenovelas, los programas de concurso, los musicales y los infantiles, son programaciones que son comentadas, respaldadas o rechazadas por las audiencias cuando la televisión "se ve" en grupo; interviniendo así la forma de recepción de cada uno de los individuos.

Es precisamente este elemento, el que permite que la forma de ver televisión sea educada, puesto que puede enseñarse a participar de la programación de forma crítica, sin dejar por ello de disfrutar los elementos lúdicos que el medio tiene y ofrece. Simplemente, es ayudar al televidente a validar ante sí mismo la selección que hace de lo que quiere ver y lo que no, y la postura que quiere tomar ante la programación recibida, de tal forma que dicha recepción sea activa, creativa y crítica. (Orzco, 2002)

LA EDUCACIÓN :

MEDIO DE MEDIA LA RECEPCIÓN .

En el proceso histórico de desarrollo de las sociedades, un elemento siempre presente en el aspecto de construcción, conservación y transmisión de cultura, ha sido la educación.

Para este punto es importante considerar que el hombre a lo largo de su vida tiene que aprender a conocer y explicar el medio donde se desarrolla. Como respuesta a esta necesidad se efectúa la endoculturación, que es la forma cultural natural a través de la cual los seres humanos transmiten de una generación a otra los elementos culturales considerados deseables en la sociedad particular a que cada sujeto pertenece. En las sociedades complejas la endoculturación se divide en dos instituciones sociales: la familia, que es quien inicia al individuo en estos procesos de aprendizaje de su cultura y la escuela, que es la institución que tiene la tarea de socializar

dicha cultura y ofrecer los elementos más complejos y específicos de apropiación cultural y manejo de instrumentos y herramientas que permitan dicho aprendizaje.

La educación se comprende en tres dimensiones: es un hecho histórico que se da en un tiempo y un espacio concretos, con las características particulares a que éstos le sujetan; es un hecho social, puesto que intervienen elementos de interacciones sociales de construcción y asimilación de la cultura; es un hecho individual, puesto que el sujeto interactúa continuamente en su autoformación y conforma su autodisciplina, a partir de sus propias facultades individuales;

Durante muchos años, para la tranquilidad de los grupos de control social, la educación comprendía casi exclusivamente el sistema de educación formal, salvo la otorgada por el grupo familiar y el grupo religioso, esta educación, probaba y afirmaba las creencias familiares y socialmente aceptadas. Por lo tanto, eran pocos los agentes externos que intervenían en la transmisión de información (tanto cultural, como ideológica y moral) a las nuevas generaciones.

A finales del siglo XX, con continuidad en los albores del XXI, debido a los grandes avances de las comunicaciones en general y de los medios de comunicación en particular, los fenómenos de educación **informal** (no intencionada) se han incrementado saturando de información a las nuevas generaciones, disponiéndolas en ocasiones a cuestionar la validez y veracidad de los paradigmas sostenidos por la educación **no formal** (estructurada por las tradiciones y cultura socio familiar); y la **educación formal** (planeada, estructurada, jerarquizada, dosificada y normatizada, otorgada por la escuela).

En la actualidad aumentan en forma no controlable los agentes de transmisión de información y los mensajes en forma indiscriminada rebasando los límites de la educación "controlada" por padres y maestros y superando por mucho la posibilidad de selección de contenidos de información (y formación) establecidos por éstos.

Esto plantea a los educadores un problema difícil de asumir, en cuanto que no existen en las estructuras y experiencias pasadas, modelos educativos que permitan soluciones pedagógicas probadas y aplicables en la realidad cotidiana con la velocidad que la ciencia y la tecnología ofrecen, nuevas y eficaces formas de transmisión de información. (Lo que no garantiza la calidad de la información ni el sentido con el cual será asumida por los consumidores de la misma).

Las Ciencias de la Educación, durante el siglo XX, y a partir del desarrollo de la Psicología y el auxilio de otras Ciencias Sociales, han planteado diferentes posturas teóricas que ofrecen soluciones a la problemática educativa de éste siglo, lleno de adelantos tecnológicos y científicos.

Dichas teorías se reúnen, en la propuesta de la Escuela Nueva, que a partir de Educadores como Piaget, que explica que para conocer "el sujeto interactúa con el objeto del conocimiento"; o Vigotsky que dice que el conocimiento se da "cuando el sujeto realiza su experiencia de aprendizaje en interacción con otros"; o Ausubel, que afirma que el conocimiento sólo se da cuando es significativo para el sujeto; y Freire, que busca la forma de educar a partir de la difícil tarea de desarrollar las capacidades del niño y al mismo tiempo, hacerle libre a través del conocimiento y así, integrarlo a la sociedad.

El constructivismo es el modelo pedagógico que afirma que una persona, construye su propia explicación de la realidad a partir de la interacción de dos factores: su propia individualidad psico-biológica y el medio sociocultural en que se desarrolla. En este sentido, el conocimiento no puede ser determinantemente objetivo, en tanto que es una construcción del ser humano en la cual interactúan el objeto cognoscible y el sujeto cognoscente mediados por los esquemas mentales que el sujeto previamente ha construido. (Piaget, J., 1978).

Es a partir del modelo pedagógico Constructivista que hago mi acercamiento a la educación y es también a partir de este modelo que hago mi propuesta de educación para los medios, de tal forma que desde el anterior planteamiento, tanto la Escuela como el Maestro y el Alumno cambian sus roles facilitando el acercamiento desde creación de espacios en los cuales el alumno pueda expresar con libertad sus ideas y así retroalimentarlas, construir el aprendizaje significativo, y que el maestro comprenda a su alumno dentro de un clima afectivo, armónico y de mutua confianza, facilitando que el docente sea un mediador cercano a los consumos culturales del alumno.

LA TELEVISIÓN EN MÉXICO .

¿ENTRETENIMIENTO NOCIVO O MALA MAESTRA ?

La televisión abierta es la oferta televisiva a la que tienen acceso la mayoría de los mexicanos, su forma de sustento es la publicidad, lo cual afecta la calidad de contenidos en la producción tanto de los programas televisivos,

nacionales y extranjeros, y el manejo de los anuncios de los patrocinadores en T V .

En este sentido se plantean los problemas, que han sido enfrentados por diferentes enfoques en el estudio de audiencias.

1. ¿La T V . daña la percepción de la realidad de niños y jóvenes afectando sus conductas y sus formas de relación social?
2. ¿La T V . afecta en forma definitiva de formación de valores e identidad fomentando la violencia y la agresividad?
3. ¿La T V . impide el desarrollo del proceso de abstracción de los menores y afecta su comprensión del mundo desde un proceso racional?

Son algunas de las preguntas que educadores e investigadores de la comunicación se han planteado.

Estos problemas se han asumido desde la investigación dentro de la comunicación en muchos países, en América Latina, y con menos claridad desde las Ciencias de la Educación en México, situación que se proyecta en el caso o nulo proyecto de Educación para los Medios desarrollado por la escuela.

En la educación, es necesario asumir el papel de los medios en los cambios culturales. Los proyectos educativos de este siglo requieren contener, no sólo en el discurso, sino en la planeación curricular y en los contenidos informativos y formativos de los diferentes niveles, la consideración de una educación para los medios.

La inquietud existe en el ámbito mundial, algunos países están incursionando en soluciones viables de ser puestas en práctica. En México existen inquietudes y propuestas basándose en la mediación

(Orozco, 1996) dentro de la escuela transformando al maestro en co-responsable de la educación para los medios.

Ante esto nos encontramos frente a diversas disyuntivas, de las cuales pongo en consideración las siguientes:

- ❖ Declarar la T.V. y demás medios como "daños para los niños" y realizar una campaña para retirarlos de los hogares.
- ❖ Responsabilizar a los dueños de los medios, y exigirles que no transmitan programas agresivos y "daños morales".
- ❖ Preparar a los educadores para que formen a los niños de manera que desarrollen su criterio de selección y se constituyan paulatinamente como personas capaces de seleccionar sus programaciones y con esta enseñanza, también se formen en la responsabilidad de asumir las decisiones más serias que afectarán su vida.

En mi criterio esta última es la mejor opción, y ante ella son padres y maestros quienes tienen la responsabilidad de facilitar la educación para los niños, de ahí la importancia de las "mediaciones" (Orozco, 1996) de éstos en la televidencia infantil.

Pero para ello, tanto padres como educadores, primero deben ser conscientes de la necesidad de sus mediaciones entre los medios y los niños, y después, prepararse para enfrentar el reto.

En mi propuesta parte de la premisa de que el docente no puede responsabilizarse de realizar una actividad para la que no está preparado.

Pedir al profesor que efectúe una educación para los medios implica que él mismo se asuma como audiencia crítica, responsable y capaz de ejercer su participación y criticidad en su consumo mediático.

Una forma de llevar a cabo este proyecto es formar a los maestros, para que éstos a su vez puedan formar a sus alumnos.

La crítica es la capacidad humana de realizar correlaciones entre causa y circunstancias de la realidad expresadas a través del lenguaje simbólico. Es hacer conciencia de las ideologías transmitidas por los mensajes recibidos y asumir en forma racional y consciente una postura ante las mismas (Lull, 1996).

Es necesario que la educación proponga espacios para la apropiación individual y social del conocimiento, reconociendo en el otro al individuo activo, elemento de la formación de una nueva cultura, cuyas expectativas si bien provienen de la dialéctica del pasado, no se limitan a la comprensión de la realidad en la abstracción del concepto personal, sino que proyectan su riqueza de significados en el descubrimiento de nosotros.

Pensando en una propuesta realizable, me inclino a pensar que el grupo que ejerce mayor influencia en la sociedad infantil es el de los maestros, y que éstos a su vez, pueden de alguna forma llegar a los padres de familia para motivarlos e incluso, prepararlos, para iniciar las mediaciones en la televidencia de sus hijos.

Es necesaria la construcción de una propuesta epistemológica que abarque la totalidad de la cosmovisión humana; abstracción y concreción, palabra e imagen; que permita, a partir de una nueva y revitalizadora propuesta pedagógica, hacer copartícipes a las nuevas generaciones de una escuela que valide su existencia en la creación de espacios para el desarrollo de la habilidad creativa del hombre desde su infancia, insertándolo en el análisis de su realidad.

Los maestros en México no han enfrentado el papel que juega la televisión en el desarrollo de la educación de los niños, omitiendo su intervención en la formación de televidentes críticos que interactúen con la T V .

Una de las causas de esta actitud puede ser el que no conocen la importancia de su papel como mediadores de la T V . con los niños, y otra, el que no saben como afrontar ellos mismos su actitud como televidentes.

El problema no encuentra solución en la formación de los docentes en las Escuelas Normales, que aún con la última reforma (S E P .; Currículo para la Licenciatura en Educación Primaria), no se considera la formación en Comunicación, mucho menos una Educación para los Medios.

Para lograr una intervención valiosa en este sentido en los maestros, es necesario formarlos como televidentes críticos activos y ofrecerles las herramientas para poder a su vez mediar en sus alumnos una televidencia crítica.