

UNA PISTA PARA EL ANALISIS DE EMISIONES EDUCATIVAS EN TELEVISION

Laura Márquez Elenes

Partiendo del punto de vista de que no siempre la televisión llamada educativa cumple con su objetivo de enseñar para el aprendizaje ya sea cultural o académico, mucho menos podemos afirmar que ésta divierte. Por el contrario, la televisión llamada comercial promete dentro de su programación horas de diversión, entretenimiento, esparcimiento, además de información.

La televisión comercial impacta a grandes grupos de población con emisiones de series extranjeras, programas musicales y cine televisado con "premieres" de películas generalmente norteamericanas.

Estos dos planteamientos polémicos mantienen en la reflexión e investigación a psicólogos, pedagogos y comunicólogos; artículos sobre los efectos de la televisión en la sociedad como lo es la violencia, la agresión, el consumo irracional de productos debido a la publicidad presentada, patrones culturales aprendidos debido a las emisiones extranjeras difundidas en países que no las originaron, estudios sobre el uso de la imagen para fines educativos tales como lo han sido "Plaza Sésamo". Pero la pregunta constante es ¿cómo utilizar la televisión con fines educativos y que ella cause impacto en el receptor?

Decía B. Brecht en *Escritos sobre el teatro*, que "una opinión muy expandida es la de que hay una enorme diferencia entre el hecho de aprender y el hecho de divertir... . No es indispensable hacer de esta opinión una necesidad natural..." Es por ello que plantearemos una pista para el análisis de emisiones educativas televisadas.

El supuesto principal es precisamente que en tanto conozcamos la estructura del mensaje, y el significado del mismo, podremos ir modificando el mensaje educativo y así lograr que el receptor aprenda y se divierta.

Con esto no se pretende afirmar que el hecho de analizar la estructura del mensaje educativo televisado solucionará el problema de enseñar para

aprender, más bien éste pretende contribuir en el estudio de la imagen televisiva para dar pistas para el uso de este medio con fines educativos.

Si el impacto y penetración que causan otro tipo de emisiones es mayor que el de las emisiones educativas, esto lo podemos afirmar por el alto porcentaje dedicado en la programación televisiva a otro tipo de emisiones como lo pueden ser los deportes, por ejemplo; esto quiere decir que son altamente consumidas por la población, entendiendo por consumo el hecho de ver y escuchar la emisión.

Lo podemos ejemplificar al decir que hay una gama de posibilidades para cambiar "el canal" constantemente, ver emisiones extranjeras por la recepción del cable o una antena parabólica, videograbaciones (videocassettes) que se sucedieron horas antes y hasta meses o años precedentes a su observación.

Es por ello que para el planteamiento de análisis daremos una definición operacional de televisión.

La televisión es en primera instancia un medio de comunicación audiovisual, producto de la sociedad industrializada e inmersa en la sociedad de consumo. Por consiguiente, los mensajes (o emisiones) que la televisión contiene en su programación serán "consumidos" dentro de la sociedad que los produce.

Las emisiones o mensajes televisivos estarán caracterizados por el medio que los produce: imagen y sonido. Al mismo tiempo las emisiones de televisión están inmersas en una programación preparada por las emisoras de televisión, a esto lo llamaremos "flujo de la programación". Dentro de ese flujo encontramos las emisiones educativas. Así definiremos a la televisión como un medio de comunicación audiovisual cuya estructura de la programación estará constituida por un flujo de emisiones.

El flujo de la programación ofrecida o bien la programación ofrecida, la podemos encontrar en los TV guías, revistas y diarios, ahí el público consumidor de mensajes o receptor podrá seleccionar o informarse sobre las emisiones de las diferentes cadenas de televisión.

La definición expuesta constituye un primer paso para plantear el análisis del mensaje televisivo. La importancia de plantear un estudio del mensaje audiovisual en su totalidad o sea la imagen y el sonido sin aislarlo del contexto social donde está inmersa la televisión, ni de su modo de consumo.

El análisis se plantea de la siguiente forma: primero los aspectos metodológicos que sería clasificar las emisiones en ese flujo de la programación, el segundo plantear cómo analizar la emisión en su totalidad (sonido e imagen) y el tercero, la selección de la muestra, o sea, qué emisiones o

emisión se puede analizar o es más representativa. Finalmente serían los aspectos teóricos para el análisis.

Para comenzar adecuadamente a discutir estos problemas, haremos una somera revisión bibliográfica de estudios realizados sobre la televisión educativa, ellos podrían servir para proponer aspectos teóricos metodológicos para el análisis de emisiones educativas en televisión.

Machbeth (1981) (**Cómo y qué aprenden los niños de la televisión**), plantea como pregunta inicial que para la investigación de la televisión, el saber cómo y qué se aprende de la televisión, en lugar de afirmar de que existe el aprendizaje.

Esto va íntimamente ligado a los estudios sobre los efectos de la televisión y los errores que se han cometido en estos estudios. Por ejemplo, se ha asumido que el impacto de la enseñanza en la televisión y su impacto es lineal, es decir, entre más personas vean y más horas observan la televisión, más aprenden. Pero esto, según el autor, es falso, no existe tal correlación, las horas de ver televisión no implica un aprendizaje mayor por parte del receptor. Es decir, que la relación puede ser o no lineal.

En lo que respecta al aprendizaje académico, por ejemplo, se dice que existen algunas evidencias que los niños pueden aumentar su rendimiento académico pero sólo a través de algunos programas, otras investigaciones indican que algunos niños pueden obtener scores negativos en su aprovechamiento para la lectura (Corteen, 1977; Gadberry, 1980; Morgan, 1980; ver Hornik, 1978-1979; para la revisión bibliográfica sobre este punto).

Machbeth (1981) concluye diciendo que la televisión como maestra puede jugar un papel positivo en el rol del aprendizaje, pero que a su vez, la televisión es educativa, y que entonces debemos de investigar cómo y qué se puede aprender de la televisión.

Jacquinet (1977) dice que la imagen televisiva, con fines pedagógicos, ha sido utilizada para transmitir mensajes. La introducción de la televisión (dentro de los marcos tradicionales de la enseñanza) no ha sufrido modificaciones profundas en la estructura de base fundamentada en la pedagogía, entendiendo a la pedagogía como el arte de educar.

La intención didáctica tiene como objetivo el hacer aprender al espectador datos nuevos, existiendo otro elementos adicional a la simple intención de informar. Entonces si definimos a la información como un pensamiento que existe en el espacio y el tiempo, la instrucción es un proceso, una serie de acciones o de operaciones en busca de un resultado (Max Egly, 1957). La diferencia entre los sistemas de información y los sistemas de instrucción dice Rudy Bretz (**A taxonomy of communication media**) radica en que un sistema de instrucción es el que permite aprender a quien estudia, y la finalidad del sistema de información es de informar a quien lo usa.

La pedagogía moderna considera a la didáctica como un proceso educativo muy cuestionable porque se apoya en los mecanismos de enseñanza basados en memorizar, en lugar de favorecer la asimilación del saber por el trabajo descubierto y la creación (M. Debesse, *Traité de Psychologie Appliqué*).

Debido a la tradición pedagógica se ha explicado la imagen televisiva en la función del mensaje, es decir, que con un modelo subyacente, la mayor parte de los mensajes audiovisuales, didácticos, reproduce un esquema clásico de comunicación didáctica, lo cual quiere decir que se define a la comunicación como el acto de un emisor que elabora un mensaje hacia la intención de un receptor.

Así la imagen televisiva en pedagogía ha servido hasta el momento de vehículo. La mayoría de los documentos existentes estructuran el mensaje por referencia más o menos implícita al modo de expresión lingüística, y es ahí donde radica la base de la tradición de comunicación didáctica.

No podemos hablar de aprendizaje sino cuando la información recibida entra en relación con un "stock" individual de esquemas y estructuras, lo que transforma ese conocimiento, es decir, lo transforma en nuevos esquemas y nuevas estructuras que van a enriquecer el "repertorio cognoscitivo" de quien aprende. Entonces el aprendizaje se traduce en proceso de producción.

Continuando con, las investigaciones acerca de los efectos e implicaciones de la televisión en el aprendizaje (Gabriel Salomon, 1973-1977) dice que el éxito en el aprendizaje depende de una manera decisiva de dos cosas, por una parte de las experiencias que el individuo ya tuviese, y por otro con qué intensidad es presentada la imagen. Por ejemplo, el movimiento de cámaras, el "zoom" ayuda a la capacidad cognoscitiva de referir del detalle al todo, en tanto que el "full shot" reclama parte de la imagen faltante.

Después de haber realizado la revisión bibliográfica, y retomando la definición de televisión, los aspectos metodológicos y teóricos serán descritos de la forma siguiente: primero la contextualización del estudio en su entorno social y dentro del flujo de la programación, esto es saber dónde está localizada la emisión educativa que deseamos analizar, segundo, a partir de la definición como un sistema de comunicación audiovisual, para analizar la emisión en su totalidad, es decir. imagen y sonido.

Los aspectos teóricos serán de fundamental importancia para la interpretación más profunda sobre la televisión educativa principalmente en el uso de la imagen como medio didáctico.

En seguida sería interesante plantear un método de análisis semioestructural para poder conocer la estructura del mensaje educativa y así analizar todos los elementos del mensaje tanto lingüístico como lo es el texto y

lo verbal, sonoros, como lo son los ruidos, la música, en la imagen; o el movimiento, el color, tomas, etcétera.

Así la televisión estaría definida como medio de comunicación audiovisual, la cual funciona según un sistema de signos bien definidos que se combinan y estructuran según reglas bien precisas y conocidas: los códigos, entonces, ella transmite información simultáneamente por el sonoro y el visual. De esta manera la semiología, que es el estudio de los signos, nos servirá para analizar el conjunto de signos visuales, sonoros y verbales de la televisión.

Los problemas metodológicos para la selección de la muestra y la unidad de análisis deberán ser resueltos según las características propias del estudio que se desee realizar.

Los aspectos teóricos serán de fundamental importancia para la interpretación adecuada del análisis.

Finalmente, diremos que el análisis semioestructural nos permitirá conocer la estructura del mensaje. Por medio del análisis de la simultaneidad del sonoro y el visual que constituyen la emisión televisiva sabremos el significado del mismo.

A partir de ese conocimiento se intentará utilizar más adecuadamente la imagen televisiva con fines didácticos y así cumplir con su finalidad educativa.

Referencias Bibliográficas

Comostock, G. A. *Trends in the study of incidental learning form television viewing*. Siracuse, N.Y. Eric Clearinghouse in information Resources, 1978.

Hollenbeck, A. R. Adams Slaby R. G. *Infant visual and vocal reponses to television*. Child Development, 1979, 50. 41-45.

Machbeth Williams T., *How and what do children learn form television?* Human Communication Research. Winter 1981. Vol. 7, Núm. 2, 180-182.

Jacquinot G. (1977) *Image et Pédagogie* Ed. PUF., Paris.

Grewe Prrch, *Implications for media education*. Investigación presentada en el seminario Media Education, MacGill University Autumn, 1982.