



GOBIERNO DEL ESTADO DE YUCATAN
SECRETARIA DE EDUCACION



UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL
UNIDAD 31-A MERIDA

HACIA UNA EDUCACION PARA LOS MEDIOS

EL PROYECTO MULTIMEDIA EN APOYO A LA
EDUCACION BASICA EN YUCATAN. SEP-CONACYT

JORGE ALBERTO ORTIZ MEJIA

TESIS PRESENTADA EN OPCION AL
GRADO DE MAESTRO EN EDUCACION

CAMPO: DESARROLLO CURRICULAR

MERIDA, YUCATAN, MEXICO.
2000

INDICE

INTRODUCCIÓN	5
--------------------	---

CAPÍTULO I. ENFOQUES TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS SOBRE LA COMUNICACIÓN..... 10

A. Antecedentes.....	12
B. Modelos de Comunicación.	14
1.- Enfoque Funcionalista.	14
2.- Enfoque Estructuralista.....	16
3.- Enfoque Marxista.....	16
C. Otras tendencias de análisis de la comunicación.....	18
1.- Enfoques Metodológicos de la Comunicación.	19
2.- Los 70's: El denunciismo como método.....	20
3.- El Teoricismo.....	22
4.- Los 80's: Reorientación de esfuerzos.....	23
D. Enfoques alternativos en la comunicación.	23
1.- Paulo Freire. La comunicación libera creando esperanza.....	24
2.- Jean Cloutier y el EMIREC.	26
3.- Mario Kaplún. Darle voz a los silenciados.	27
4.- El lenguaje de los sentimientos.....	28

CAPÍTULO II. LA GLOBALIZACIÓN DE LA CULTURA ANTE LOS EMBATES DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN..... 31

A. Globalización de la cultura.....	33
1.- Tiempo de cambio o cambio de tiempo: Otro paradigma.....	33
2.- La Globalización. ¿Un mundo prefabricado?	35
3.- La Revolución del Conocimiento.	36
4.- Las leyes del mercado y la nueva tendencia cultural. ¿Hacia un tecnocentrismo mediático?	37
B. La batalla en la cultura.....	39
1.- Tres enfoques sobre la cultura.	40
2.- La concepción de la cultura como cultura de clase.	41
3.- Lo nacional y la ideología en relación con la cultura.	42
4.- La cultura de masas.....	44
C. El proceso de México.....	46
1.- Sociedad e Ideología	46
2.- Canadá: una alternativa cultural en el TLC.	53

CAPÍTULO III. LA SOCIEDAD Y EL MAESTRO ANTE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN. 55

A. Antecedentes de los medios de la comunicación en México.....	58
1.- Radio.	58
2.- Televisión.....	63
B. La Comunicación Educativa.	64
1.- La radio educativa en México.....	65
2.- La SEP y la radio educativa	66
3.- La SEP y la Televisión educativa.	68
4.- Edusat.....	71
C. Radio y Televisión en Yucatán.	73
1.- La Radio.	73
2.- La Radio Cultural : XERUY Radio Universidad y XEPET "La Voz de los Mayas "(INI)	73
3.- Televisión (privada): Canal 2.....	79
4.- Sistema Tele Yucatán, S.A. Canal 13 (Trecevisión).	80

CAPÍTULO IV. UN CAMINO HACIA LA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS..... 83

A. Educación y cultura de la imagen.	85
B. Recursos de la televisión.....	88
C. La escuela obligada al cambio.	93
D. Sobre el aprendizaje.....	94
E. Teorías cognitivas en la comunicación.	95
F. Modelos Educativos y su relación con la Comunicación.....	98
1.- El modelo tradicional.....	99
2.- El modelo de la Tecnología Educativa.	100
3.- La Didáctica Crítica.	101
4.- El modelo Problematizador o Cogestionario.	102
5.- Hacia un modelo creativo.	103
G. Lenguaje total.	104
H. Alfabetización audiovisual.	106
1.- La lectura de imágenes.....	108
2.- La escritura o producción de imágenes.....	108
I. Tendencias educativas para los medios.....	109
1.- El contexto internacional.	109
2.- El contexto latinoamericano.	111

CAPÍTULO V. HACIA UNA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS (EL PROYECTO MULTIMEDIA EN APOYO A LA EDUCACIÓN BÁSICA EN YUCATÁN SEP-CONACYT) 115

A. Poder sindical.....	117
1.- El Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educacion (SNTE)	117
2.- Labor magisterial.	119
3.- El profesor ¿ mediador pedagógico?.....	121
B. ¿Y qué dicen los maestros de los medios de comunicación ?.....	122
1.- La falta de comunicación oral en el niño preescolar.	122
2.- La Televisión y la educación de los niños.	123
3.- Características de la televisión.....	123
4.- Lo que me gustaría ver en la televisión.....	125
5.- Comunicación y aprendizaje: similitud de procesos.....	125
6.- La influencia de la publicidad en los niños.....	126
7.- Análisis de caricaturas.	126
8.- La televisión y la educación de los niños.....	128
C. El Multimedia-UPN.	130
1.- El Proyecto de Educación para los Medios de la Universidad Pedagógica Nacional.....	130
2.- Diseño del diagnóstico.	133
3.- Aplicación del diagnóstico.....	137
D. Análisis de los resultados	141

CAPÍTULO VI. CONSTRUYENDO UNA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN..... 143

A. Primer período.	145
1.- El Taller.	146
B. Segundo período.	151
C. Tercer período.....	152
1.- El Curso Taller de Educacion para los Medios (Multimedia UPN)	152
D. Actividades realizadas en el período septiembre, octubre y noviembre de 1995.....	164
E. Conclusiones.	166
F. Propuestas del investigador.	167

BIBLIOGRAFÍA..... 170

ANEXOS..... 182

DEDICATORIAS

*MAMI : el sueño se sigue realizando ahora
en la comunicación educativa.*

A mis sobrinos Sergio, Omar, Victor, Erick y Addy de quienes siempre tengo un mensaje de amor y esperanza, quizás inmerecido. A Ileana, Susi, Ramón y Victor, papás de la banda del tío.

A los primos Karen y Alvarito, siempre preocupados por la comunicación.

Al colectivo de la UPN: Herminio, Eudaldo, Mauricio, D. Manuelito, Freddy, Luisito Almeida, Nina, José, Viet, Justo, Mario Gutiérrez, Juanito. A todos sentimiento de gratitud fraternal al brindarme su amistad.

A Ernesto Ponce, Lupita Hernández, Javier Arévalo, Aurora Alonso, Juan Carlos Rangel, gente de nuestra UPN comprometida con la comunicación no sólo entre los educandos sino con el pueblo.

A Raúl Fuentes Navarro y Cristina Romo investigadores de ITESO. A la bondad de Charles Ungerleider de la Universidad de Vancouver, así como a los maestros Julio Cabero y Jesús Salinas Ibáñez de las Universidades de Sevilla y de la Islas Baleares. A Armand y Michele Mattelart por tener la oportunidad de convivir con ellos y recibir sus últimas reflexiones que invitan a continuar la labor iniciada.

Al radionauta Angel Diez Mendoza ex- director de radio XEPET.

A mi papá, locutor de la vieja guardia, de quien quizás llevo pegada a la piel la radio y la comunicación.

A tí fuente y esencia de comunicación en el horizonte del amor

Y a todos los que contribuyeron en este intento de construir un espacio más sensato en la comunicación educativa. ¡siempre agradecido!

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

Nos encontramos en una época de cambios constantes, dinámicos, permanentes y vertiginosos en todos los campos del saber que han evolucionado la manera en que se relacionan los seres humanos entre sí y con el mundo, estos cambios han impactado particularmente las formas de comunicarnos, a tal grado que nuestra época ha llegado a caracterizarse como la era de la comunicación. En donde se presentan enormes posibilidades y también limitantes, sobre todo para quienes no tengan acceso a dichas transformaciones, los excluidos nos diría el maestro Armand Mattelart (1999), casi el 80 por ciento de la población mundial.

Para Giovanni Sartori (1998) el hombre se ha transformado de un Homo Sapiens a un Homo Videns, donde todo acaba siendo visualizado, sujetando el mundo a la imagen y a los medios masivos de comunicación (MMC). Estos se encuentran en la calle, en la escuela, nos dominan y seducen al presentarnos la realidad llena de colores y sonidos, con rostros hermosos y niños felices, mientras por otro lado el ser humano se enfrenta con: angustia económica, amargura, impotencia, soledad y hasta con la desesperanza.

Ahora tenemos que preguntarnos cómo podemos reconocer y encarar toda esta problemática asumiendo el riesgo de perder una batalla desigual, pues necesitamos aprender a convivir con este mundo, entendiendo a los niños y jóvenes, quienes se encuentran ante un nuevo paradigma de vida que los fascina y atrapa en una realidad quasi-virtual.

Este trabajo pretende contribuir a comprender estos fenómenos culturales inéditos, presentando algunas alternativas relacionadas con la Educación para los Medios (EPM), retoma la experiencia de la Universidad Pedagógica Nacional (UPN) en su propuesta denominada Multimedia e intenta abordar los MMC para su estudio y aprovecharlos en la función educativa.

Este quehacer resulta factible cuando se establecen estrategias como las de generar una nueva alfabetización, que proporcione conocimientos básicos para la comprensión e interpretación de la producción, circulación de los medios y sus mensajes. Se busca propiciar prácticas pedagógicas que permitan conocer su lenguaje y generar condiciones para utilizarlos en el aula; promoviendo e integrando una nueva cultura audiovisual que pueda ser una gran aliada para las actividades escolares de alumnos y maestros.

Este análisis sobre educación y medios intenta describir la problemática de la influencia de los medios en la escuela, rescatando las experiencias vividas en cursos y talleres con maestros, retomando las prácticas docentes con sus alumnos, así como una serie de referentes que se desea sirvan a los docentes de nuestro estado. Hay que entender que sobre esta problemática hay pocas investigaciones en Yucatán, por esto se espera que este estudio sea un inicio para próximos trabajos académicos sobre el tema.

Con estas perspectivas se inició la conformación de referentes para poder interpretar este fenómeno bajo un esquema metodológico pertinente, para poder hacerlo se contaba con el sustento básico del Proyecto Multimedia de la UPN, pero faltaba rescatar toda una serie de elementos, los cuales prácticamente no existen en el estado. El material disponible en las Escuelas de Comunicación en Yucatán deja mucho que desear cuando se trata de abordar esta temática, de hecho en el estado no se cuenta con algún proyecto que intente abordar alguna estrategia sobre EPM.

Esta investigación se inició con grandes limitantes, sin embargo su aprobación dentro de los Proyectos Educativos SEP-CONACYT a nivel nacional, en 1995 fue un estímulo y apoyo para que durante la planeación y ejecución del proyecto se contara con ciertos recursos para implementar una serie de estrategias como talleres, cursos y actividades hacia la comunidad, esta parte dio una serie de insumos al trabajo, de esta manera se consolidaba porque acercaba la teoría a la práctica y el investigador dejaba de ser un observador de las interpretaciones y percepciones de los maestros.

A su vez el camino fue complementado con las experiencias vertidas por los maestros en los talleres realizados durante el período, esto permitió contar con elementos y visiones de cómo perciben y se perciben los maestros ante los MMC. La intención básica del trabajo es que sirviera al maestro, para tener información sobre los MMC, así como ofrecer elementos para futuras investigaciones que retomem los avances de la discusión.

El trabajo que presentamos se divide en seis capítulos, cuyos contenidos básicos son los siguientes:

En el primer capítulo se plantea un análisis teórico desde diferentes posturas e interpretaciones, los elementos más importantes de la comunicación, características, proceso, así como las imágenes y los medios que se presentan en cada uno de nosotros al comunicarnos y se perfilan las tendencias que más han influido en los enfoques de nuestro país, en lo que respecta a la relación entre la comunicación y la educación.

En el segundo capítulo se realizan una serie de reflexiones en torno a la globalización, fenómeno considerado necesario para comprender el marco en que se inscribe la problemática; el cambio de paradigmas y las condiciones de la sociedad

ante los cambios y el cómo podemos enfrentar la batalla desigual en el espacio de la cultura, universo fundamental para los educadores.

El tercer capítulo aborda la relación que ha existido y existe entre los MMC y la educación en nuestro país, en lo general, y en el estado de Yucatán, en lo particular. Para ello se revisan datos sobre todo los de corte cultural. Este análisis aborda experiencias realizadas en materia de comunicación educativa, así como un acercamiento a las condiciones de la radio y la televisión en Yucatán, dando un mayor peso a las de corte cultural.

El capítulo cuarto analiza las influencias que existen sobre la escuela en cuanto a la cultura de la imagen, los recursos de la televisión así como la necesidad de preparar la escuela para el cambio, y cómo la educación tiene un comportamiento en cuanto a los esquemas comunicativos. Se revisa la conceptualización de aprendizaje y comunicación, acercándonos a la necesidad de implementar una estrategia de educación para los medios y se retoman experiencias realizadas en varios países.

El capítulo quinto se orienta a replantear la labor que desarrolla el magisterio, y cómo aprovechar las alternativas del Proyecto de Educación para los Medios de la UPN, las opiniones que tienen los profesores acerca de los MMC y una aproximación de los programas de televisión que ven los niños. Se analiza el diagnóstico aplicado a los maestros y cómo a través de esta herramienta metodológica realizamos un acercamiento a las características del maestro, su labor y la relación que tiene con los medios.

En el último capítulo se revisan las actividades realizadas durante el período comprendido de noviembre de 1994 a diciembre de 1995 en el “Proyecto Multimedia en Apoyo a la Educación Básica en el Estado de Yucatán. SEP-CONACYT” sus pormenores, las conclusiones y acercamientos que se alcanzaron así como una serie de propuestas que se presentaron en diferentes foros y se siguen difundiendo. Esta parte es de lo más enriquecedor de la experiencia, pues no fue un trabajo académico tradicional, sino que permitió compartir con los maestros sus concepciones sobre la comunicación y sus implicaciones educativas.

La bibliografía planteada sugiere para los interesados material que puedan continuar investigando sobre este camino iniciado. Dicho material se consiguió al inicio del proyecto y durante su elaboración, se enriqueció con entrevistas e intercambios realizados con distinguidos investigadores de las Universidades como la de Guadalajara, ITESO, Vancouver, Sevilla e Islas Baleares, así como la de la U.P.N. Sin dejar de mencionar las aportaciones sobre Educación y Comunicación del Centro de Estudios de la Información y la Comunicación (CEIC) de la Universidad de Guadalajara y del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de occidente (ITESO). Gracias a estas instituciones se contó con el archivo del Comité de

Investigación del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC).

Esta investigación no siguió una metodología ortodoxa, se trata más bien de un trabajo de artesanía intelectual de crear y recrear, de ir y venir, donde la búsqueda a partir de la intuición nos daba acercamientos con la realidad de la práctica, la cual era contrastada con la teoría existente y la que se pretendía construir, a partir de una serie de supuestos o categorías de análisis.

Podemos considerar que se realizó una Investigación Exploratoria y Propositiva. Se llevó a cabo una aventura intelectual, una búsqueda, sin un mapa exacto, sin caminos preconcebidos para evitar esquematizarnos en algún enfoque, teoría o método que contaminaran el proceso de construcción del propio conocimiento y de los saberes que tanto requerimos para intentar modificar esta realidad, que se nos ha presentado y que como maestros tenemos el compromiso de transformar en bien de nuestra sociedad y de nuestro tiempo.

CAPÍTULO I
ENFOQUES TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS SOBRE LA
COMUNICACIÓN

“El periódico de derecha “Le Fígaro” el social demócrata “le Monde” y el comunista “L’Humanité” se caracterizan no sólo por contenidos diferentes que se muestran en encabezados, ordenamientos y artículos, sino, incluso, por un estilo redaccional diferente. Y es que difícilmente pueden separarse forma y contenido. El resultado de ello es que un lector de cualquiera de esos periódicos va estructurando una visión de la realidad que fomenta una cierta coherencia en sus opiniones e intereses lo cual facilita y aún propicia el diálogo social, pues la primera condición para no ser manipulado es la posesión de una idea clara sobre la realidad social de la que forma parte”

Francisco Prieto
En Cultura y
Comunicación

CAPÍTULO I

ENFOQUES TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS SOBRE LA COMUNICACIÓN

A. Antecedentes.

En el presente capítulo presento un análisis teórico con la finalidad de adentrarnos en los diferentes enfoques sobre la comunicación, sus metodologías y su problemática, para poder constituirse en un marco disciplinario ante la diversidad de teorías de la comunicación. El interés principal es presentar la visión de diversos modelos, que han estado presentes, durante cierto período, como una manera de hacer, de percibir e interpretar la realidad a través de la comunicación en nuestro país. Abordamos, al inicio del capítulo, tres modelos clásicos para tener una serie de referentes metodológicos e ideológicos, que nos pueden servir para poder contrastar otras perspectivas.

Entendemos la comunicación como la relación entre dos o más sujetos que evocan un común significado. Entonces, para poder comunicarnos, necesitamos haber tenido algún tipo de experiencia similar, junto a conceptos que de igual manera nos unan, o sea, necesitamos experiencias comunes y cuanto más ricas éstas sean, mejor podremos comunicarnos.

Hablar de comunicación en una sociedad tan compleja como la actual, que sufre cambios vertiginosos, es tocar uno de los elementos más importantes para comprender su proceso incesante y desbordante que afecta la vida diaria a cada uno de sus participantes y, por ende, la comunidad en general.

El ámbito educativo no es la excepción. El proceso de la comunicación está implícito en donde se relacionan las personas, en donde haya la necesidad de hacer llegar un mensaje. Es por ello que los maestros buscan elementos y herramientas innovadoras y atractivas que apoyen el mensaje que pretenden fijar en los educandos, ya que el proceso comunicativo no se limita de manera simple y de manera lineal, a un emisor, un receptor y un mensaje; existen características más importantes del proceso comunicativo.

Los seres humanos, a pesar de tener un mismo lenguaje, tenemos diferente codificación de la realidad, aún cuando ésta pueda tener diferentes matices la podemos percibir mejor cuando tenemos algo a evocar en común.

Es así como los individuos se conciben, a través de los otros, en los grupos, las clases sociales, la cultura, y esto genera diferencias en sus percepciones e interpretaciones. De esta manera, el modo de interpretar y valorar la realidad, lo imaginario y lo simbólico va a depender de diversos factores: el contexto social, su momento histórico, sus circunstancias, su propia formación, su ideología, hasta pasar por la línea del tiempo de su educación formal e informal.

Otro componente es la familia como primer espacio socializador. En ella aparecen una serie de relaciones horizontales y verticales. Por un lado, unos ejercen en este ámbito la autoridad, mientras otros la reciben en diferentes niveles e intensidades, pasando de más sutiles, hasta las más rudas, siendo apoyadas por gestos, emociones, chantajes afectivos junto a recompensas de caricias o castigos. Ello obedece a las maneras de ejercer el control. Para convertir al individuo en un elemento dócil, fácil presa del ejercicio del poder plasmado en sus amplias dimensiones.

Estas prácticas y situaciones cotidianas se reflejan en la sociedad y repercuten de manera directa e indirecta en el plano educativo. La escuela recibe estos quehaceres, los acepta, los recicla, los transforma, los codifica o hasta los niega con un filtro aparente de neutralidad, de pureza e ingenuidad, al aceptar un papel centrado en el aula basado en la enseñanza aparentemente aislada de los procesos sociales sin capacidad de análisis, crítica, autocrítica y sin ningún cuestionamiento de su compromiso con el sujeto y su sociedad.

Luego entonces, los maestros debemos preguntarnos, ¿qué hacemos?, ¿cómo lo hacemos? y ¿para qué lo hacemos?; así como ¿a quién sirvo con mis acciones?, y ¿cuál es mi compromiso con la sociedad?. Expresadas en las mayorías, para poder compartir con ellos estas vivencias basadas en: encuentros y desencuentros.

Estas reflexiones nos pueden permitir acercarnos al proceso de la comunicación global, la sociedad y la educación. Podemos plantear las diferentes concepciones de percibir la realidad a través de la comunicación y esto nos lleva a retomar varios métodos utilizados en la sociología que nos puede servir para dilucidar cómo estos enfoques nos permiten acercarnos a esta existencia tan compleja. Estas metodologías tienen todavía vigencia en la discusión académica, y posiblemente nos permitan generar alternativas para establecer la relación entre educación y comunicación.

Una teoría de la comunicación puede concebirse junto con una teoría de la sociedad en el marco de la globalidad que intente responder a una gran gama de

interrogantes en los planos de la escuela y de la persona. Las tres corrientes que a continuación se plantearán de manera general, tienen en común una coherencia interna y esto permite al individuo relacionarse con ellas a partir de su estructura social, ideológica y la visión del mundo imperante.

El interés de poner estos primeros modelos en el orden que se presentan obedece a que en cierta manera, su nivel de influencia ha dejado huella, en lo teórico, social, cultural y hasta en lo económico en la discusión académica. Asimismo, puede considerarse su grado de aceptación en las instituciones dedicadas a la circulación de los conocimientos, a su producción, y a su consolidación hegemónica dentro de la academia. Posterior a estos modelos se presentan también perspectivas de análisis de la comunicación y algunas alternativas.

B. Modelos de Comunicación.

1.- Enfoque Funcionalista.

Para comprender el funcionalismo, se requiere de múltiples elementos. Entenderemos al funcionalismo como un conjunto de teorías que con diversos matices se adhieren a los siguientes conceptos:

- a) *Las funciones y las instituciones.*- La sociedad tiene necesidades e instituciones que las satisfacen. Un funcionalista trabaja para encontrar constantes en toda sociedad, por lo que es necesario elaborar un conjunto de leyes generales que marcarían el conjunto de necesidades y de instituciones para satisfacer éstas. Así es que los medios masivos de comunicación se convierten en una institución que cubre la necesidad comunicativa misma. Hay que estudiar los medios de comunicación desde el punto de vista de su capacidad para cubrir diversas necesidades o colaborar a que realicen adecuadamente su o sus funciones. Ver qué necesidades satisface de hecho, o ayuda a satisfacer, es bueno para refuncionalizar a aquellos y prever las reacciones sociales si los medios se acabaran o se transformarían.¹

- b) *Equilibrio y conflicto.*- Como ya habíamos mencionado, las sociedades humanas se desarrollan bajo un conjunto de leyes y por lo tanto se encuentran en equilibrio y sólo cuando estas reglas se rompen o

¹ Antonio Paoli. Comunicación e información. Perspectivas Teóricas. Editorial UAM-Trillas. México 1994. pág. 21

modifican es cuando se puede hablar de disfunción o conflicto. En la comunicación, el conflicto no se centra en los hombres, sino en los medios, aunque, desde luego, se tenderá a romper el equilibrio de las relaciones sociales.

- c) *La estructura social.*- La sociedad conforma individuos sociales que se interrelacionan funcionalmente y sólo cuando uno de ellos deja de ser funcional, la estructura se paraliza y entra en desequilibrio. Cada individuo tiene una función específica y muy concreta dentro de cada institución.
- d) *La historia.*- Este elemento se puede anular en la corriente funcionalista, ya que en ella no es necesario conocer el proceso que ha generado cada sociedad.

[...] los funcionalistas nunca usan los datos del pasado. [...] la realidad no se ve como un proceso evolutivo interdependiente donde se nos explique porqué las cosas son así y no de otra manera. Es probable, y hoy se discute mucho acerca de esto, que el funcionalismo teóricamente no rechace el carácter evolutivo o cambiante de la historia, sin embargo, es un hecho que, a nivel metodológico, prescinde de esta consideración.²

En cuanto al proceso comunicativo, el funcionalismo lo percibe como cuando una persona (emisor) transmite una información (mensaje), por medio de un código y un medio, a otra (perceptor); el emisor tiene un objetivo al hacerlo (una intención) y espera influir en el receptor con su mensaje (efectos).

Cuando el perceptor envía una nueva información al emisor, basada en el mensaje que éste le transmitió, tal información se denomina retroalimentación, comunicación de retorno o respuesta. Cuando esto sucede, la persona que en el inicio del proceso era perceptor se transforma en emisor y el que originalmente era emisor queda como perceptor de la nueva información.

El hombre, entendido como un ser que se comunica, es a la vez emisor y perceptor, de manera alternada, cuando se encuentra en uno de los dos polos (emisor o perceptor) de la comunicación, o simultáneamente, cuando se trata de una comunicación consigo mismo.

² Ibídem. pág. 26

2.- Enfoque Estructuralista.

Este modelo analiza la realidad social bajo una perspectiva de estructura social. Las unidades interrelacionadas no se consideran como un conjunto de órganos, sino como formas significantes.

Se utilizan modelos para estudiar la significación de la acción humana en su contexto. “Decir estructura dentro del estructuralismo, es hablar de un conjunto organizado de elementos que dan una unidad que como tal se subordina a ciertas leyes o, si se prefiere, a ciertos criterios de relación.”³

Por otro lado, existe otro elemento dentro del estructuralismo: la semiología, que es una teoría sociológica que pretende estudiar los significados de los hechos sociales y es de las principales vertientes para el estudio de la comunicación dentro de esta corriente. “Para los estructuralistas, la vida social es un complejo sistema de comunicación.”⁴

Los estructuralistas, interesados en desarrollar modelos para el análisis lógico de los relatos que nos ayudan a explicarnos sus relaciones significantes, pretenden elaborar una lingüística que vaya más allá de la frase y, con ello, mostrarnos las estructuras a través de las cuales el relato se convierte en un medio de comunicación. Estos modelos constituyen conjunto de reglas combinatorias de los significantes que nos permiten evocar significados comunes, es decir, informarnos y comunicarnos.

El análisis estructural se ha aplicado también a otros medios de comunicación, como el cine. Umberto Eco⁵ ha elaborado un modelo acerca de las posibles articulaciones del código cinematográfico.

Él señala códigos o subcódigos del cine, discute los modos de la acción cinematográfica como un lenguaje y trata de definir sus articulaciones como una estructura que combina imágenes de distintos tipos correspondientes a los diversos códigos y que cuentan con varios modos de articulación.

3.- Enfoque Marxista.

³ Ibidem. pág. 37

⁴ Ibidem. pág. 45

⁵ Idem

No podemos mencionar que el marxismo es únicamente teoría sino que asume un trabajo práctico (praxis). El marxismo, además, se entiende como una teoría de clases sociales, donde los medios y las fuerzas productivas deben de estar al servicio de toda la sociedad.

La comunicación social, en esta perspectiva, supone una teoría de la evolución histórica de la sociedad global, que es, al mismo tiempo, parte actuante de una práctica política. Esta teoría nos presenta un método para develar los verdaderos procesos y denunciarlos.⁶

Cada uno de los medios de comunicación que se presentan en la sociedad se han ido conformado históricamente (materialismo histórico) y a su vez tienen una propia forma de ideología (materialismo dialéctico) que influye en cada uno de los individuos y grupos sociales que los consumen. El punto importante es que los medios de comunicación son productos sociales que reflejan un conjunto de ideas y que quedan determinados por la clase que los controla, la cual trata de utilizarlos como un mecanismo para extender su propia concepción de las cosas (ideología). Por ello el marxismo menciona que la lucha debe de ser a nivel de ideología y por ende, de estructura social cuando se analizan los medios de comunicación. De aquí que el concepto de conciencia, entendida como el descubrimiento de la esencia, del ser, para entender las orientaciones sociales de los individuos, sea importante para todo estudioso de los medios.

El materialismo dialéctico tiene como idea central la totalidad, entendida como el predominio del todo sobre las partes. Dentro de un conjunto social, nada está aislado, nada es por sí mismo: la Televisión, el cine, la filosofía, el dinero, el derecho, etc. Estos elementos, “tan dispares aparentemente, están trabados en una sola totalidad y si son lo que parecen ser, es por el contexto”.⁷

Diariamente puede considerarse como violada esta idea de totalidad ante la fragmentación de la experiencia cotidiana. “[...] debería decirse que es la totalidad lo que es real, y que la fragmentación es la respuesta de esta totalidad a la acción del hombre, guiado por una percepción ilusoria y deformada por un pensamiento fragmentario”.⁸

La realidad es un todo, y el hombre se acerca a ella de un modo fragmentario y encontrará de esta manera una respuesta fragmentaria. Lo que necesita el hombre es

⁶ Ibidem. pág. 48

⁷ Ibidem. pág. 80

⁸ Idem

tener en cuenta su costumbre de pensar fragmentariamente, ser consciente de esta costumbre y tratar de terminar con ella. La aproximación del hombre a la realidad debe ser total, y así su respuesta será también total.

Con las teorías creadas por los hombres de ciencia incurren en la falsa identificación de una realidad que se pretende analizar "tal como es". Con ello se corre el riesgo de fragmentar el pensamiento y realizar un análisis fragmentario de la realidad misma. La educación nos ha acostumbrado a recibir una idea del mundo fragmentado y parcial, llena de compartimientos que se denominan disciplinas, asignaturas-especialidades; éstas cada vez son más específicas en cada área del conocimiento, lo cual se refleja en los programas de estudio y sus líneas de diseño curricular construidas bajo la óptica de esta fragmentación de la realidad; claro, la visión fragmentada del adulto impera por encima de la visión de los educandos.

Ante esta fragmentación de los saberes, en el campo de los medios de comunicación, se pueden aplicar estrategias como las desarrolladas por Antoine Vallet, desde 1952, en la teoría del "Lenguaje Total"; para este autor:

[...] el lenguaje total es un hecho, una realidad. El hombre actual, gracias a los medios masivos de comunicación, dispone no solamente del lenguaje de las palabras para poder expresarse y comunicarse, sino de otro mucho más rico y mucho más complejo, el lenguaje de las palabras, de los sonidos y de la imagen. Lo que verdaderamente se impone, como fundamento de toda acción educativa, lo que ilumina y guía, es la conciencia previa de este hecho.⁹

Los tres enfoques anteriores han influido de manera global en la conceptualización de la comunicación y en el ámbito de la educación; por lo cual debemos tenerlos presentes, de una u otra forma, en nuestros análisis.

C. Otras tendencias de análisis de la comunicación.

Dentro de lo que es la Ciencia de la Comunicación en México no se ha registrado lo que pueda llamarse un Marco Disciplinario a pesar de que haya una multiplicidad de teorías de la comunicación; tal vez esto sea lo mejor porque podemos enfrentarnos a tener un esquema de análisis y se simplifique la enorme

⁹ Antología UPN. La educación para los medios de comunicación . coord. Roberto Aparicci. México, 1996.pag. 56.

riqueza y complejidad de las múltiples formas y niveles posibles de la comunicación entre los seres humanos. Necesitamos buscar síntesis críticas y creativas entre diversos enfoques, teorías, disciplinas y puntos de vista.

Lo complejo de la comunicación es buscar el entendimiento de lo que se considera lo General en todos los procesos y de lo que sería común a ciertos procesos específicos. Este supuesto resulta difícil ante la posibilidad de la existencia de modelos que tendrían que ser cuantificables, medibles, repetibles y comprobables; para la visión cuantitativa esto podría ser válido pero para las demás interpretaciones se complicaría.

Se puede reconocer, como dice el maestro Enrique Sánchez Ruiz en su libro "Medios de Difusión y Sociedad. Notas críticas y metodológicas", que "no tenemos, ni hemos tenido hasta ahora una disciplina sino un *Campo Problemático* a partir de la generación de un campo sociocultural conformado por una multiplicidad de agentes sociales que interactúan, cooperan y luchan por la hegemonía y las recompensas académicas".¹⁰ Se tiene que reconocer como reto que no se tiene un campo disciplinario sino un dominio de estudio, más o menos común, alrededor del cual se ha conformado este campo sociocultural.

1.- Enfoques Metodológicos de la Comunicación.

El análisis de la comunicación en sus inicios requirió métodos descriptivos para sistematizar la información y un método explicativo así como de una serie de modelos que se plantearon:

- *Épocas de modelo*

1. La Universidad Iberoamericana, en los inicios, desarrolló un modelo humanista y su utopía culturalista permeó en esos tiempos. En sus primeros 14 años a la licenciatura se le llamó Ciencias y Técnicas de la Información. Actualmente conserva las mismas bases bajo el criterio de "someter la técnica al espíritu" y su formación filosófica es base para la estructura y el desarrollo de pensar críticamente. Actualmente dentro de los propósitos de la Licenciatura en Comunicación está el que los alumnos se acerquen a los diversos problemas de la nación buscando para su solución el uso de la comunicación y del trabajo interdisciplinario. Se toma en cuenta dos necesidades

¹⁰ Paoli. Op. Cit. pág. 26

del campo: facilitar la comunicación social y preparar a los emisores y receptores para el manejo y comprensión de los mensajes.

2. El empirismo norteamericano le siguió al anterior en su versión más cuantitativa y conductista; esto no se consolidó porque el proyecto se realizó de manera aislada y divergente.
3. En oposición al empirismo norteamericano surge el proyecto crítico; éste se desplazó a la UNAM y a la UAM-XOCHIMILCO en los 70's. Recibe influencia de exiliados sudamericanos en Universidades públicas esto incrementa el grado de ideologización y el enfoque de denuncia practicado sobre todo en Chile, ante la represión militar. Los investigadores críticos promovieron la formación de "científicos sociales" mediante la adopción del materialismo histórico como "única ciencia válida" y su consecuente combate al empirismo (representante del imperialismo y reforzador de la ideología dominante). Se siente la influencia de líderes político-intelectuales, quienes promovieron un análisis más ético-ideológico que de corte metodológico, aunque introdujeron nuevos temas y nuevos enfoques de investigación. Los críticos rompieron más adelante con los denuncistas; aquellos jugaron un papel más hegemónico durante los 80's. Pero en la época de la crisis de esa década, el mercado académico se contrae así como los apoyos gubernamentales desaparecieron para la investigación de la comunicación; emerge un tercer grupo, éstos habían estudiado en los 70's, pero siguieron estudiando diversas especialidades de las ciencias sociales en México como en el extranjero. Este grupo se integró con retraso, pero con la ventaja de representar tanto una "postura crítica" como una "actitud de rigor"; condiciones pertinentes, después de desgastantes batallas internas por la hegemonía del campo. Este grupo no encontró acomodo en ninguna escuela de comunicación tuvieron que inaugurar nuevos espacios universitarios, programas culturales, centros de investigación como el de la Universidad de Guadalajara y generaron nuevos temas a investigar con los nuevos enfoques que traían.

2.- Los 70's: El denunciismo como método.

No obstante la adopción en los 70's de enfoques - como el del aprendizaje social o el de usos y gratificaciones por un lado y de conceptualizaciones como las de Paulo Freire por otro -, para explorar las posibilidades de utilizar la comunicación educativamente, se impone otra línea: la política,. estudios del desarrollo de los medios masivos, sus funciones sociales y el papel del Estado en su regulación. Absorbió la atención predominante de muchos investigadores, entre otras razones, por la fuerte tendencia a la concentración industrial que impulsaron los concesionarios privados y el aliento al debate público que dieron a estos temas los presidentes Luis Echeverría y José López Portillo, en intentos siempre ambivalentes de contrarrestar el poder de los medios. Toda la década estuvo marcada por la pugna discursiva y la inserción de investigadores de la comunicación en el debate.

En estos tiempos se observa la intención de avanzar hacia la investigación al mismo tiempo crítica en lo político y rigurosa en lo científico, combinación no siempre lograda.

En México las primeras aportaciones al análisis crítico de la comunicación no mostraron mucha consistencia, ni teórica ni metodológica, permearon de un moralismo ambiguo y de un maniqueísmo. Era un tiempo de búsqueda, tanto de identidad como de utilidad.¹¹

Los investigadores formados en México tuvieron que asimilar al mismo tiempo la influencia norteamericana (Lasswell, Berlo, Rogers), europea (Barthes, Althusser, Eco) y latinoamericana (Pasquali, Freire, Mattelart) y enfrentar la urgencia de respuestas comprometidas en lo político y en lo social.

Se sienten en México las influencias de las escuelas europeas, en la lingüística, la semiología, la semiótica. En América Latina se relaciona con los cambios políticos, y aparecen juicios que intentan detectar a los "malos de la película", a los culpables de la explotación. Una influencia es el tipo de análisis hecho por Matterlart en este período. Sus trabajos son de denuncia, sobre todo por la situación que se vivía en Chile. Al llegar a México sus trabajos, se empieza a ver la estrategia del imperialismo en el caso concreto de la Televisión infantil. Se trata de hacer el mismo tipo de análisis sobre la Televisión mexicana: quién es Azcárraga, qué es Televisa, etc.¹²

¹¹ Enrique Sánchez Ruiz. La investigación de la comunicación y el análisis social en Latinoamérica y en México. U. de G. ,Guadalajara, 1988.pag. 74

¹² Sánchez, Op. Cit., p. 75

Algunos investigadores intentaron rebasar ese nivel de descripción, de denuncia y entrar al análisis de fondo; se cae en la cuenta de que se necesita para esto una formación teórica que explique todo el fenómeno y no sólo parte de él.

3.- El Teoricismo.

A esta época, Daniel Prieto la califica como de "Teoricismo"; esto sería en dos intentos: el de ocultar una situación mediante las palabras y de pretender meter la situación en el marco que imponen las palabras; es decir, un trabajo teórico improductivo.

Época compleja ante cambios continuos donde los sustentos teóricos no permiten incorporar las aportaciones críticas de moda, tanto las provenientes de los diversos marxismos de Europa, como las del pensamiento dependendista de latinoamérica, del tercermundismo y las de denuncia del imperialismo cultural. De igual manera se dan las pautas entre sociólogos y semiólogos en las ciencias de la comunicación.

En la reflexión de Manuel Corral se percibe este conflicto:

El estudio y la investigación comunicacional, en concreto en las instituciones de latinoamérica, ha puesto énfasis en los aspectos cuantitativos y en los efectos de los mensajes, desplazando a un segundo término, si no es que ignorado, la causa que los produce: la mayoría de los análisis se ciñen bajo los criterios funcionalistas; esta metodología exógena, acrítica, ha conducido a un estudio descontextualizado del fenómeno.¹³

Con el afán de "desterrar el funcionalismo" se procuró poner al día las novedades teóricas, generadas sobre todo en Francia, lo que dificultaba este propósito y a la vez generó confusiones, e interpretaciones de enfoques los cuales podían atomizarse, o en su caso, representar corrientes con dosis de autoritarismo dogmático en los términos de: Sociedad, Ideología e Historia, descuidando la generación de conocimiento concreto sobre las prácticas, los sistemas y las políticas de comunicación en debate.

¹³ Manuel Corral, "La ciencia de la comunicación en México", UAM, Xochimilco, México, 1982, p. 111.

En esta discusión teórica, para desterrar el funcionalismo están aquellos que trataron de medir efectos de determinados programas de Televisión en distintos grupos humanos con una serie de variables que explican, cuando no describen, aspectos parciales del fenómeno o de igual manera rebasar el estructuralismo. Ante estos enfoques se intenta formar una corriente sustentada en el materialismo histórico, lo cual no llega a ser una teoría marxista de los medios aunque busca desarrollar el fenómeno de la comunicación de una forma global.

4.- Los 80's: Reorientación de esfuerzos.

En este período se realizaron una cantidad de trabajos pero se diversificaron las temáticas y enfoques; esto produjo tendencias dispersantes y se produjo una fragmentación. Se produjeron un buen número de estudios de corte cuantitativo y los cualitativos experimentaron una declinación no sólo en México sino en toda la América Latina.

En este período de los 80's se recrearon caminos para dar salida a estos encuentros y desencuentros, tanto de las interpretaciones como de los propósitos en el quehacer de la comunicación. En la crisis de esta década la sociedad inicia la búsqueda de un nuevo papel a desempeñar ante la reubicación del rol del Estado.

En la medida en que los medios, las industrias culturales y todo el complejo tecnológico del entretenimiento y de la información han quedado insertos en los procesos globalizadores actuales, tenemos que entender que quizás el motor más importante de dichos procesos es la dinámica de la economía actual. Las grandes corporaciones de medios son actores en la "globalización mediática"; son empresas que se articulan a los mercados internacionales partiendo de las leyes de la oferta y la demanda —actualmente ante la mano supuestamente invisible del monetarismo— como cualquier otro acto económico de producción, circulación y consumo.

D. Enfoques alternativos en la comunicación.

El proceso de comunicación se ve evidenciado dentro del proceso enseñanza-aprendizaje. Sin embargo, no sólo los comunicólogos le han dado importancia a esta relación. pedagogos como Paulo Freire lo han hecho también.

Una de las alternativas que se han trabajado en América Latina es la denominada de Concientización de Paulo Freire. Este pedagogo es un pensador

comprometido con la vida y la esperanza. Para Paulo Freire el diálogo es la esencia de todo ser humano al buscar la libertad."...el diálogo es una exigencia existencial."¹⁴

1.- Paulo Freire. La comunicación libera creando esperanza.

Retomando a Paulo Freire, nos demuestra cómo el concepto de "extensión" engloba acciones que modifican al campesino en una "cosa", o sea, un objeto de planes técnicos de desarrollo, negándole la capacidad que tiene como ser, de transformar el mundo. Esto forma parte de sus análisis para comprender el fenómeno de la comunicación con y entre los marginados.

Hace una crítica al concepto de extensión cómo "invasión cultural", actitud contraria al diálogo que constituye la base de una auténtica educación, concepto de dominación que se encuentra, tan frecuentemente, en la educación tradicional y que en vez de liberar al hombre lo esclaviza, lo reduce a una cosa, lo manipula (relaciona con la masificación), no permitiendo que se afirme como persona, que actúe como sujeto, que sea actor de la historia y que se realice en esta acción, haciéndose verdaderamente, hombre en su máximo potencial.

Al dejar de ser sujeto se transforma en objeto, lo cosifican, le niegan la capacidad de transformar su mundo. Además de negar, como veremos, la formación y la constitución de conocimientos auténticos y de negar la capacidad de la acción y la reflexión verdaderas a quienes son objetos de tales acciones.

La manipulación es otra categoría en la teoría de la antialogicidad; inculca en ellos la ilusión de actuar, o de que actúan, a través de la actuación de sus manipuladores. Critica la masificación al considerarlo un estado en el cual el hombre, aún cuando piense lo contrario, no decide. Dado que masificación es deshumanización, es alienación, lo irracional y lo mítico están siempre asociados a ella. Esta analogía la podemos realizar al comparar el concepto de cultura de masas en Umberto Eco, quien lo maneja como elemento de la anticultura.

En general, la cultura de masas genera dispositivos de masificación, despolitización, de control y aún más, de desmovilización; para Freire son elementos de domesticación. El humanismo verdadero no puede aceptarlas en la medida en que se encuentra al servicio del "hombre concreto", por lo consiguiente, no queda otra salida que lograr la dialogicidad; para ser auténtico, sólo puede ser dialógico, se logra vivenciando el diálogo. Ser dialógico es no invadir, es no manipular, es no imponer consignas; es empeñarse en la transformación constante de la realidad. Esta es la razón por la cual, siendo el diálogo contenido en la propia existencia humana, no

¹⁴ Paulo Freire. Pedagogía del Oprimido. Editorial. Siglo XXI, México, 1972. pág. 105

puede contener relaciones en las cuales algunos hombres sean transformados en seres "para otro", por hombres que son falsos seres "para sí". El diálogo no puede partir de una relación antagónica.

El diálogo presupone el encuentro amoroso de los hombres que, mediatizados por el mundo, lo pronuncian, esto es, lo transforman y, transformándolo, lo humanizan, para la humanización de todos.

Sea como fuere, con más o menos dificultades, no será con el antidiálogo que se romperá el silencio del campesino, sino con el diálogo, problematizando su propio silencio y sus causas. Guillermo Orozco opina que hay que tener cuidado al promover y justificar el callar, pues quizás sirva para obedecer, y someter. De igual manera "existe el riesgo de negar el espacio de comunicación a los marginados —sobre todo en los medios masivos de comunicación— quienes representan la mayoría y así fortalecer la espiral del silencio para estos grupos de la sociedad.¹⁵

La intención del diálogo es la problematización del propio conocimiento en su indiscutible relación con la realidad concreta en la cual se genera y sobre la cual incide, para mejor comprenderla, explicarla y transformarla.

El mundo humano es un mundo de comunicación. Cuerpo consciente, el hombre actúa, piensa y habla sobre la realidad, que es la mediación entre él y otros hombres que también actúan, piensan y hablan. Los significados y los significantes, no son la mera extensión del contenido, sino son parte del pensar y del conocer. De esta forma, en la comunicación, no hay sujetos pasivos.

La educación por esencia es comunicación, es diálogo, en la medida en que no sea la simple transferencia del saber, sino un encuentro de sujetos interlocutores que buscan la significación de los significados.

Freire rechaza, en su humanismo, tanto la desesperación como el optimismo ingenuo, porque éste es una esperanza crítica. Y su esperanza crítica se basa en una creencia, - en los hombres - a los cuales critica, por que éstos pueden hacer y rehacer las cosas, y a su vez pueden transformar al mundo.

En síntesis, los principales principios acerca de su pedagogía son:

- La Educación no puede ser neutral.
- Implica la reflexión de sí mismo.

¹⁵ Guillermo Orozco Gómez. Al rescate de los medios. Desafío democrático. para los comunicadores. UIA. Fundación Manuel Buendía. México, Dic. 1994. pag. 29

- Favorece el pensamiento crítico sobre el hombre y la sociedad.
- El desarrollo personal depende de la relación de cada uno con otros seres y objetos.
- No puede haber aprendizaje si no lo acompaña la praxis o la comprobación del nuevo conocimiento.

En 1962 Freire participó en el Movimiento de Cultura Popular en la Ciudad brasileña de Recife. Durante varios años perfeccionó su método a través de diversas experiencias educativas y en el período de 1961 a 1964 pudo llevar a la práctica su propuesta preparando a muchos coordinadores de programa. Cuando estaba a punto de iniciar sus dos mil "círculos populares" el golpe militar en Brasil cortó el proyecto. Freire fue acusado de subversivo y arrestado. Exiliado en Chile laboró cerca de Armand Mattelart otro analista de la comunicación, en ese país comenzó a escribir el material que lanzó su método al campo fértil de una América Latina ávida de cambios sociales y más tarde parte al África para aplicar su proyecto

2.- Jean Cloutier y el EMIREC.

Otra alternativa es la derivada del canadiense Jean Cloutier en su teoría del EMEREC (emetteur-recepteur) la cual "...transgrede las convenciones de los esquemas clásicos de comunicación en los que viene a dar una cadena de información y de respuesta entre emisor y receptor".¹⁶

El hombre es un Emirec (emisor-receptor) que simultáneamente:

- Comunica a sus semejantes.
- Se comunica con sus semejantes.
- Se comunica con las máquinas que crea.
- Se comunica con el medio ambiente que forma y deforma.
- Informa y transforma.

¹⁶ Agustín García Matilla. "Los medios para la comunicación educativa". La educación para los medios. Antología SEP-UPN. México. pág. 56

- Se comunica a través de numerosos lenguajes y múltiples medios.¹⁷

Al señalar que la misma persona puede ser emisor y receptor alternativa o simultáneamente, estamos diciendo que la comunicación es bipolar y bidireccional.

Emirec es un concepto operacional que nos permite abordar el estudio del fenómeno de la comunicación, entendida como un fenómeno que incluye la posibilidad de ponerse en relación y de interactuar unos seres humanos con otros, a través de múltiples lenguajes y medios.

Lo anterior nos sirve para aclarar que no sólo en el emisor hay intenciones o intereses al comunicar, ni que sólo hay comunicación cuando los efectos del mensaje sobre el receptor son los deseados por el emisor. Tanto en el emisor como en el receptor hay intenciones y efectos al establecerse un acto de comunicación y los efectos del mensaje dependen no sólo de los deseos del emisor, sino de una multiplicidad de intereses y circunstancias del receptor, que determinan lo que éste recibe, cómo lo recibe, cómo lo entiende y otros efectos.

3.- Mario Kaplún. Darle voz a los silenciados.

Para Mario Kaplún es fundamental reconocer cómo operan los medios y cómo éstos convierten la comunicación, —la cual es humana por excelencia— en un paradigma técnico, utilizando la tecnología, la ingeniería, la electrónica y las poderosas empresas de los medios, que imponen una forma de concebir la comunicación. Cuestiona el modelo —al cual llama dominador—; por tener un carácter autoritario, estratificado, vertical, unidireccional, a partir de las minorías que sustentan el poder. Propone recuperar el sentido original de la comunicación, como una reivindicación humana, para dejar de ser sólo receptores pasivos y promover ser actores de ese cambio, a través de un modelo, el cual denomina democrático, a partir del diálogo horizontal, bidireccional, participativo y con una base más amplia en la toma decisiones.

Retoma los conceptos de Freire en cuanto al diálogo y su rol histórico, su intervención para la toma de la conciencia, y en la educación, la crítica al sistema tradicionalista o bancario.

¹⁷ María Teresa Escudero. Lenguajes. SEP-UPN, México 1994. pág. 18

Ante el esquema comunicativo tradicional de emisor-receptor, retoma las conclusiones de un Seminario sobre Comunicación Social y Educación realizado en Quito, Ecuador en 1982, en donde se plantea que el proceso de la comunicación debe realizarse de modo que dé a todos la oportunidad de ser alternadamente emisores y receptores. Coincide con la fórmula expresada por el canadiense Jean Cloutier quien propuso el término de EMIREC a partir de que “todo hombre debe ser visto como un Emisor y Receptor, dado que está dotado y facultado para ambas funciones y tiene derecho a participar en el proceso de la comunicación actuando alternadamente como emisor y receptor”.¹⁸

Reconoce Kaplún que la teoría debe basarse más en la práctica, produciendo medios de comunicación popular; su propuesta la retoma en la aplicación de cursos y talleres de comunicación popular en Venezuela.

Su proyecto parte de desmitificar la eficacia de cómo se realiza la comunicación al pueblo, dado que los medios de comunicación sirven para: alienar, desinformar, manipular, imponer y anestesiar la conciencia. Ante esto, él propone otra comunicación para el pueblo que sea liberadora, participativa, concientizadora y problematizante.

4.- El lenguaje de los sentimientos.

Éste es un elemento planteado por otro educador latinoamericano, Aníbal Ponce. Hasta hace poco tiempo, esta perspectiva sonaba a romanticismo o no se le daba el nivel de seriedad necesaria; mas con los trabajos de Howard Gardner quien analiza la inteligencia emocional así como de otros investigadores resulta entonces importante como eje integral retomar esta concepción del quehacer de la comunicación y su repercusión en el proceso de la construcción del conocimiento.

Para poder hablar entonces de este tipo de lenguaje es necesario mencionar que “las formas del lenguaje, por numerosos que sean, siempre son menores que las formas del pensamiento”.¹⁹

Hasta la actualidad, el lenguaje ha sido socialmente hecho para traducir ideas y no sentimientos; de ahí que los hombres busquen a partir de la emoción aquellas compensaciones fantasiosas que no encuentran en su vida diaria racional.

Muchos lenguajes han dejado a un lado los afectos que el hombre siente en su interior por hablar de algo íntimo. “...los hombres han cantado sus sentimientos largo

¹⁸ Mario Kaplún El comunicador popular, Ed. Humanitas, Bs. As. Argentina, 1987. p. 69

¹⁹ *Ibidem.* pág. 9

tiempo antes de hablar de sus pensamientos”.²⁰ Los lenguajes han limitado el hacer y ser de cada humano y por ello se dice que: “...el lenguaje, que es sistema de signos, será siempre con respecto al pensamiento, la expresión incompleta e inexacta.”²¹

La escritura es uno de los tipos de lenguaje que han limitado la subjetividad del individuo al sólo desarrollar lo racional del mismo.

La mecanización de la escritura llevó la separación entre la realidad y su representación a límites increíbles. Estereotipó las formas racionales de comunicación humana: Desencadenando sobre todo a la humanidad, un proceso de abstracción y de separación que se manifestará por la individualización, el pensamiento lineal, la escisión entre el corazón y el espíritu, la ciencia y el arte.²²

Los sentimientos, en la actualidad, son elementos que se han dejado a un lado en la vida moderna.

En el promedio de los hombres transcurren los días en una atmósfera de estados moderados o tibios (vida gris y regular de todos los días), interrumpida de cuando en cuando por esas bruscas activaciones de tendencias que se llaman emociones. Los sentimientos, en razón de su menor violencia, no alcanzan a traducirse en el lenguaje con los medios elocuentes de la emoción y la pasión.²³

Como nos hemos de dar cuenta, el lenguaje de los sentimientos nos aporta elementos teóricos-metodológicos para comprender al ser humano, que no sólo está cargado de racionalidad sino que también se encuentra vinculado interna y

²⁰ Ibidem. pág. 11

²¹ Gutiérrez. Op. Cit. pág. 24

²² Ponce. Op. Cit. pág. 33

²³ Guadalupe Valdés. Imágenes de la realidad. SEP-UPN, 1994. Pág. 17

externamente de afectos, emociones, pasiones, etc., en sí, de sentimientos desbordados diariamente.

CAPÍTULO II

LA GLOBALIZACIÓN DE LA CULTURA ANTE LOS EMBATES DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

“Las minorías dirigentes, políticas, económicas, religiosas, académicas, seguirán leyendo periódicos, por que necesitan que alguien les clarifique el caos noticioso que generan la radio y la tv No tengo la menor duda que es el New York Times, que influye sobre los directores de las grandes cadenas de televisión estadounidense, sobre los directores de las cadenas de radio y sobre cuatro mil corresponsales que hay en Estados Unidos, que a su vez transmiten a sus cadenas de radio y televisión. Es una influencia del NYT en el mundo entero, y eso que se trata de un periódico local, por que ni siquiera es nacional”.

Luis María Ansón

(Director del periódico ABC de Madrid)

"Entre las funciones que no pueden ni deben ser gobernados puramente por las fuerzas del mercado se cuentan muchas de las cosas más importantes de la vida humana, desde los valores morales hasta las relaciones familiares y los logros estéticos e intelectuales. Sin embargo, el fundamentalismo de mercado no cesa en su empeño de extender su dominio a estos campos, en forma de imperialismo ideológico. según el fundamentalismo del mercado, todas las actividades sociales y las interacciones humanas deben considerarse relaciones transaccionales y contractuales y valorarse en función de un único común denominador, el dinero."

George Soros

(inversionista y especulador)

en su libro

"La crisis del capitalismo global".

CAPÍTULO II

LA GLOBALIZACIÓN DE LA CULTURA ANTE LOS EMBATES DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

A. Globalización de la cultura.

El propósito de esta reflexión parte de la necesidad de tratar de ubicarnos en este tiempo que nos ha tocado vivir, de cambios vertiginosos en: la ciencia, el pensamiento, el hombre mismo, la sociedad, la economía, los medios masivos de comunicación y hasta en la educación. Tantas interrogantes surgen ante enfoques diversos de cómo podemos enfrentar estos cambios, de aceptarlos como parte de un nuevo orden global o intentar buscar salidas de esperanza, basados en la capacidad del hombre de transformar su realidad tan objetiva o compleja a partir de sentimientos de felicidad, placer o alegría para darle razón a su existencia.

1.- Tiempo de cambio o cambio de tiempo: Otro paradigma.

Para el maestro Eduardo Prieto y Sierra en su libro “Apuntes para una Antropología de la Educación” nos plantea que “la crisis no significa un retroceso de la historia, sino el preuncio de una nueva síntesis; es un andar hacia una nueva síntesis que surge del caos. Porque éste es inherente a toda crisis”.²⁴

Ante la crisis, la historia se plantearía entonces solo en base en a "jugadas comunicacionales". Muerta la historia según Francis Fukuyama, lo único que nos queda es la movilidad agónica de las hegemonías informáticas por encima de las necesidades del hombre, convertido en un imperativo categórico.

Mientras, para el ser humano la existencia auténtica es un estado de búsqueda permanente. Ante el cambio de paradigmas se debe reafirmar esta esperanza porque

²⁴ Eduardo Prieto Sierra, Apuntes para una antropología de la Educación , CREfAL, Pátzcuaro, Michoacán, México, 1992. pag.15

“el paradigma es una síntesis dada en el sistema semiótico de una sociedad que abre la posibilidad de cambio social”.²⁵

Se puede concluir que "un paradigma social" es una ideología o una filosofía. Una ideología cuando corresponde a la percepción en boga de los significados de las cosas y de las relaciones entre grupos y personas que los individuos introyectan pasivamente; una filosofía cuando parte de la reflexión crítica de estos significados y desenmascara en ellos lo que tienen de inauténticos. “Las concepciones ideológicas son el producto de una violación, impuestas a la fuerza, de la propia manera personal y cultural de ver las cosas y el mundo. Y es filosofía develar esa violación como tal, en su crudeza, ante los ojos de la conciencia de la víctima”.²⁶

Un paradigma es ideología, en fin, si es cómplice del sometimiento al cual legitima, y en cambio es filosofía si es pensamiento práxico de la liberación del hombre (aunque hablar de liberación esté pasado de moda); porque la ideología enerva y seduce para la práctica de adaptarse acríticamente a lo dado en la sociedad por la comunicación, pero la filosofía no es adaptativa, sino crítica y cuestionadora y compenetra la praxis transformadora. Ideología es el fruto de la informática como práctica del poder; filosofía es el pensamiento que trascenderá toda cibernética.²⁷

En el siglo XIX estalló la crisis del capitalismo, que perdura hasta nuestros días y que no tiene solución; no obstante la cual el sistema se mantiene aún, por obra y función de dos superestructuras:

- 1) El equilibrio entre el Estado y otros núcleos de fuerza y de poder.
- 2) Las ideologías como función homeostática hoy por hoy informatizadas.

Para la postmodernidad ya no existe el conflicto porque pasó de moda pensar en él y preocuparse por él. La crisis misma tiene implícito un valor de signo ideológico. La esperanza en América Latina debe ser otra, contraria a la tesis del conflicto de los 70's, basada en una síntesis donde: “el encuentro entre los humanos

²⁵ Ibidem, p.19

²⁶ Idem

²⁷ Ibidem, p. 20

no sea para la dominación ni sometimiento, sino a través del diálogo y respeto a la plena autonomía y dignidad humana”.²⁸

2.- La Globalización. ¿Un mundo prefabricado?

Actualmente, un nuevo dogma recorre el mundo; ya no es la sombra de las ideologías puras, ahora es una realidad revelada: "debemos aprender a competir". Es una moderna virtud; representa un nuevo quehacer para el hombre que se ha desarrollado en las últimas centurias bajo otros dogmas. Antes fueron de fe, de grupo, de raza, o de clan. Ahora son más técnicos, impuestos por un orden diferente, bajo otra óptica de control social, como diría José Gimeno Sacristán de la Universidad de Sevilla, más "soft" o "ligh", más sutiles pero con mayor efectividad para el poder.

Nos damos cuenta que la competitividad representa no sólo un instrumento sino también una ideología porque expresa los intereses de quienes la sustentan dentro de una estructura social, económica, cultural y educativa al no tomar en cuenta, dentro de su dinámica, el costo social que implica a la clases marginadas, quienes no tienen acceso a los beneficios, esperando la redención del mercado de que llegen los efectos de la salvación benéfica a través del efecto derrame o "trickle.down effect".

En el marco de la competitividad se encierra el fenómeno de la globalización. Este concepto, en términos generales, no tiene una definición, por la amplitud de sus implicaciones, las cuales abarcan toda una serie de niveles, dimensiones y estructuras. Éstas van desde lo social, la filosofía, el orden y la economía en sus ámbitos de la producción, circulación y el consumo.

Dentro de la concepciones de la globalización algunos autores la asocian con el comienzo de la expansión capitalista y la modernización occidental, otros la ubican a mediados del siglo XX con las innovaciones tecnológicas y comunicacionales. Se pueden marcar diferencias entre internacionalización y globalización. La primera comenzó con la expansión del capitalismo a partir de la conquista de América y se fue desarrollando con la industrialización, el crecimiento de los mercados de productos manufacturados y la agilización de la comunicaciones. Con ellas se incrementó el comercio internacional y se fueron abriendo las economías a la mayor circulación de productos, mensajes y personas.

A diferencia de la internacionalización, la globalización no consiste en la exportación de bienes y mensajes de unos países a otros en forma directa sino en la producción descentralizada, deslocalizada, de bienes y mensajes que circulan por todo el mundo, que se diseminan a lo largo y ancho del espacio pasando por lo conocido en

²⁸ Ibidem, p. 18

la realidad hasta alcanzar la imagen virtual. Ante esta situación resulta complejo y casi imposible fijar fronteras rígidas a la circulación de bienes y mensajes.

La globalización representa entonces un conjunto de procesos de homogeneización como de fraccionamiento del mundo y, lo que es un hecho, su capacidad de reordenar las diferencias y acentuar las desigualdades.

De igual manera existen límites estructurales a los excesos de esta competencia, expresados en el libro “Los límites de la competitividad” de Ricardo Petrella. En él nos plantea las propias contradicciones del fenómeno de la gestión de la aldea global a través del siguiente análisis:²⁹

- Las desigualdades socioeconómicas en el seno de los países y la marginación de grandes zonas del mundo.
- La agresión a los sistemas de mantenimiento de la vida en el planeta.
- La concentración de poder en unidades económicas en gran medida incontrolables.

Por lo tanto, la pura competencia entre empresas es incapaz de abordar las necesidades de la sociedad a largo plazo que exigen los problemas mundiales, porque el mercado de corto plazo no puede equilibrar las condiciones para un futuro más promisorio.

3.- La Revolución del Conocimiento.

En nuestro ámbito, el educativo, se replantea la globalización dentro de la perspectiva de la producción de conocimientos, entendida como la aparición de un nuevo factor productivo diferente a los clásicos de la Economía como son: Trabajo, Recursos Naturales y Capital.

El Dr. Prudenciano Moreno de la Universidad Pedagógica Nacional, lo interpreta de la siguiente manera:

Entonces se percibió la existencia de un proceso de separación en el funcionamiento autónomo de la Educación y el desenvolvimiento de un nuevo paradigma económico-social que, por sus características, le damos el nombre de

²⁹ Ricardo Petrella “Los límites de la competitividad. Cómo se debe gestionar la aldea global” . Universidad Nacional de Quilmes. Ed. Sudamericana, Argentina, 1996 pag. 21.)

nuevo paradigma tecno-productivo; a consecuencia de basarse en la **TERCERA REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA INDUSTRIAL** y la incorporación de los conocimientos por ella necesarios en la producción de bienes y servicios que mayor valor agregado generan en la Economía.³⁰

Dentro de esta inédita actividad económica se replantea que cada país necesita el desarrollo de siete industrias que garanticen a su población un nivel promedio de vida para poder competir; éstas son: Microelectrónica, Biotecnología, Industrias basadas en la ciencia de los materiales, Telecomunicaciones, Aviación Civil, Robótica, Ordenadores y Software.

El Dr. Prudenciano Moreno nos plantea que “la guerra económica desplaza a la guerra militar, y la invasión de tropas será sustituida por la invasión de productos y servicios. El nuevo modelo educativo se convierte ahora en fuente dinámica de ventajas estratégicas vía integración de una cadena productiva.”³¹

El sistema educativo se enfrenta a una gama cada más amplia de situaciones novedosas. Entonces, para el diseñador curricular de planes, programas y modelos educativos tiene que considerar “la inserción de las demandas de un sector productivo estratificado y polarizado en la orientación, objetivos, perfil de egresos e ingresos, fundamentación, selección de fines, fines de la institución y análisis de contexto”.³²

4.- Las leyes del mercado y la nueva tendencia cultural. ¿Hacia un tecnocentrismo mediático?

Nos enfrentamos al intento de consolidación del modelo de desarrollo modernizador en América Latina bajo el supuesto de libre mercado, esto requiere de nuevas condiciones legislativas, productivas, técnicas, laborales, jurídicas, etc.; pero exige de una nueva comunicación masiva modernizadora que respalde y afiance las acciones. Para este soporte, los medios electrónicos han creado las condiciones

³⁰ Prudenciano Moreno Moreno en Investigación Educativa y diseño curricular: un enfoque desde la Economía de la Educación. en el libro Formación de Recursos humanos, Desarrollo Tecnológicos y productividad. situación y alternativas. José Luis Calva coord. general. Universidad de Guadalajara. 1997, pag 47.

³¹ Ibidem, p.51

³² Javier Esteinou Madrid" La investigación de la comunicación , leyes de mercado", en Comunicación. y Sociedad. # 30 DECS U:de G. May-Agost, 1997 pp 243-253.)

subjetivas para el funcionamiento de una sociedad acorde con la competencia del mercado mundial.

Cómo puede aceptar una sociedad de manera indiscriminada estas propuestas planteadas con un propósito eficientistas y a nivel cultural con un corte redituable; entonces “lo que no deja dinero a nivel cultural, no sirve”. Es decir, ante el enfoque modernizador de la globalización, se formula:

Con mayor convencimiento que la rectoría cultural de la sociedad mexicana y latinoamericana no debe conducirse por la acción interventora de políticas planificadoras del Estado, sino que deben ser conducidas por el "equilibrio natural" que produce el juego de las leyes del mercado entre productores y consumidores.³³

De esta manera, en vez de tener un papel social, la cultura se transforma en una simple mercancía regida por los principios de la oferta y la demanda bajo el dogma del fundamentalismo del mercado.

Nos enfrentamos a la dinámica de desproteger e incluso de acabar con enfoques sociales y humanistas, para apoyar los estudios técnicos, pragmáticos y eficientistas de la información. Aparecen análisis sobre características físicas de nuevas tecnologías, la Televisión directa, la introducción del internet, la expansión de satélites, el empleo de las nuevas computadoras, entre otros. Se ha descuidado el análisis de los procesos de democratización de los medios, el empleo de nuevas tecnologías para impulsar el desarrollo social, el uso de las infraestructuras informativas para defender la ecología, el empleo de los medios para producir alimentos, el aprovechamiento de dichas tecnologías para reducir la violencia, el uso de la comunicación para la rehumanización de las ciudades, la defensa de los derechos humanos, el rescate de las culturas indígenas, el incremento de la participación social y el fortalecimiento de la cultura básica para la sobrevivencia social.

O sea, que no surge de las demandas de los grupos sociales básicos el resolver las necesidades sociales más apremiantes para poder sobrevivir y reforzar sus identidades locales, es impuesta bajo la seducción de la democracia del internet cuando sólo el 2% de la población mundial se encuentra conectada a esta red.

Ahora, cada vez son más las bases de la mercadotecnia que gobiernan la orientación y la acción de las instituciones culturales y comunicativas y no las

³³ Ibidem. p. 245

directrices del desarrollo social y espiritual de nuestras comunidades, las cuales proponen procesos culturales más abiertos democráticos y participativos.

El espacio académico se enfrenta a esta valoración, a través de la concepción de la "excelencia académica", con el afán de generar "productos intelectuales"; esto ha ocasionado trabajos fragmentados y atomizados, operados como grandes volúmenes de ensayos informativos o descriptivos a fin de alcanzar méritos académicos, medidos en puntos y traducidos en salarios. Asimismo, permean temáticas alejadas de la ética, el humanismo o filosóficas para dar lugar a temas instrumentales o pragmáticos con carácter inmediatesta, utilitarista y de muy corto plazo; de igual manera se pierde el sentido de la colectividad, pues estos trabajos son individuales y aislados sin la contestación brindada por la reflexión.

En estas contradicciones, el proceso de comunicación puede privilegiar lo superfluo por sobre lo básico; el espectáculo por sobre el pensamiento profundo; la evasión de la realidad por sobre el incremento de nuestros niveles de conciencia; la incitación al consumo por sobre la participación ciudadana; el financiamiento de los proyectos lucrativos por sobre los humanistas; la cosificación de nuestros sentidos por sobre la humanización de nuestra conciencia; la homogeneización mental por sobre la diferenciación cultural; la comunicación de una cultura parasitaria por encima de una dinámica de comunicación sustentable.

B. La batalla en la cultura.

El concepto antropológico de cultura se ve como una sumatoria o conjunción de hábitos y costumbres así como de normas y símbolos que se generan en una determinada sociedad; se visualiza como la totalidad de la obra o acción práctica del hombre, considerándose a éste como el único creador de cultura. Pero subyace un problema fundamental de discusión que es necesario exponer: el de la connotación clasista de la cultura, racista, sexista y de otras percepciones que presentan una tendencia particular, luego entonces:

Hablar de cultura nos puede llevar a considerar el concepto desde el carisma ideológico de la dominación, como un sinónimo de "civilización occidental", o sea, una concepción ideológica etnocéntrica...³⁴

³⁴ Jaime Peña Sanchez y Lucila Durán Aguilar. La cultura de las clases subalternas. UPN, unidades Tlaxcala, Tlax., y Puebla, Pue., serie Cuadernos de ensayo, 1994, pp. 61

De igual manera podemos retomar el siguiente referente, donde se plasman los referentes anteriores de espacio, habilidades, formas de expresión, símbolos, etc.; pero tomando en cuenta que el hombre no sólo es receptor o consumidor de manifestaciones, sino un creador, renovador y beneficiario.

En esta misma dirección se ha llegado a tratar a la denominada "cultura popular", tan en boga en los últimos años, que ha sido identificada como aquella de los incultos. Bajo esta perspectiva se ha reducido a la "cultura popular" a lo folklórico en su sentido negativo, presentándola con imágenes falsas que sirven para justificar la desigualdad e injusticia social, por lo que se considera dicha situación como natural e intrínseca a ella y por lo tanto, aceptable como condición social de los sujetos, donde unos se consideran los productores de la cultura y otros los necesitados de ella.

1.- Tres enfoques sobre la cultura.

a) El movimiento anticuario.

Se dedica al estudio del pasado con la finalidad de describir los restos de la antigüedad. Aunque este tipo de material sólo servía para erudición y siempre se definía desde el poder.

b) La postura romántica.

Identifica hechos culturales desde una óptica anti-etnocéntrica, en tanto negaba atributos como el de "bárbaro o bestial"; aquí lo primitivo es más bien visualizado como lo "auténtico, rescatable, espontáneo "; se llega al grado de ensalzar, y se idealiza con la búsqueda y sublimación de la pureza de las comunidades...

c) La noción Tayloriana

Parte de las concepciones de lo "heredado y lo aprendido". A partir de esta segunda visión se genera un amplio desarrollo antropológico dentro de la corriente conocida como culturalista, la que concibe en esencia a la cultura como una adquisición o herencia social y, por tanto, como una característica fundamental del hombre.

Una de las corrientes que trabajó la temática cultural desde la perspectiva antropológica fue la encabezada por Levi-Strauss. En sus trabajos llega a postular una posición universalista y formalista en cuanto a la interpretación de los fenómenos naturales, por un lado, y del universo de las reglas por el otro. A estas últimas las califica como un fenómeno social que domina el mundo de la cultura.

2.- La concepción de la cultura como cultura de clase.

La mayoría de las concepciones guardan en esencia el carácter totalizante que desde un inicio planteará la corriente tayloriana. Esta postura resulta irrelevante porque no toma en cuenta el factor de clase social.

Gramsci enuncia a la cultura como el complejo de relaciones activas en las que se incluye al individuo, los otros hombres y la naturaleza. En otras palabras, la cultura es aquella disposición a encarar la realidad que se conforma en los individuos en cuanto miembros de una sociedad históricamente determinada y determinante, o más específicamente, en tanto miembros de una determinada clase social.

Este análisis tampoco pretende equiparar el término cultura —bajo una definición de totalidad— con el concepto marxista "modo de producción". De esta manera, se evidencia el gran error teórico derivado de una desubicación del aspecto cultural dentro del engranaje conceptual marxista.

En conclusión, la cultura se ubica en su génesis en relación con la producción de los medios de subsistencia, elemento esencial en las formaciones económico-sociales. La cultura toma sentido dentro de cada formación económica-social específica pero siempre matizada por las relaciones de clase, lo cual imprime su sello vital de corte clasista.

Otra tesis: la cultura universal, señala que son partícipes todos los hombres, que se encuentra por encima de las culturas regionales y nacionales e incluso las llega a sustituir. Esta postura subvalora y oculta las reales y evidentes diferencias culturales de la realidad social. En una última instancia, la tesis de la cultura universal llega a convertirse en una forma de dominación bajo la apariencia de neutralidad; se emparenta con la ideología de las Luces de la Ilustración, en la que se considera al progreso de las fuerzas productivas como determinante mecánico del avance de la civilización y, aunado a ello, el progreso hacia la libertad, la igualdad, la democracia, etc. Es evidente que de esta manera se ocultan las contradicciones de clase, cuando en realidad, a expensas de la dominación clasista, el progreso de las fuerzas productivas labra su camino. En la visión de Marshall McLuhan, la Aldea Global sería entonces el espacio donde se crea un marco de dominio en aras de la globalización. McLuhan al plantear esta perspectiva solo analiza aspectos del fenómeno, más no plantea la

necesidad de reflexionar sobre sus causas, efectos, costos sociales y trascendencia; se queda su discurso en la supestructura sin descender a la sociedad civil.

Una de las características de la sociedad actual es el proceso de la imposición de valores económicos y culturales del sistema capitalista a las formaciones sociales dependientes y a los grupos subalternos en general, dominando la transnacionalización de la economía y la cultura.

Es preciso aclarar que dentro de la producción cultural de las clases subalternas es importante rescatar y desarrollar los elementos del "buen sentido" del que habla Gramsci así como enterrar el sentido común que representa un obstáculo para el avance; o sea que resulta necesario abolir elementos de la cultura de clase del adversario. No se trata de negar a la cultura intrínseca por su génesis sino más bien atacar sus connotaciones ideológicas aparejadas. Tampoco se trata de fulminar todo por el simple hecho de considerarse clasista, pues se sufrirían las drásticas consecuencias como sucedió en las purgas stalinistas; más bien se debe luchar por romper con aquella filosofía de la cultura que se considera como "fe trascendental", según Gramsci.

En síntesis, reconocer la diferenciación clasista de la cultura en una sociedad estratificada en clases; no se puede hablar de una sola cultura, y por tanto no se pueden aplicar indiferentemente los conceptos teóricos a todas las clases; por el contrario, habrá que distinguir más culturas y subculturas.

3.- Lo nacional y la ideología en relación con la cultura.

El punto central de esta reflexión es que la cultura no es sinónimo de ideología; pero en una sociedad clasista, un producto cultural no es nunca inocente (neutro) sino que adquiere determinadas características de connotación ideológica según su ubicación de clase.

Debe aclararse la confusión entre cultura e ideología. En principio, debe eliminarse la concepción de que las cuestiones culturales, tal como lo llega a puntualizar Gramsci, no son meramente juego de ideas que se resuelven abstractamente fuera de la realidad. Lo que sucede es que la cultura se articula por el concurso de una ideología que le dicta una organización y le confiere sentido a cada uno de los elementos que la componen. Por ello no se puede afirmar que la cultura sea reductible a la ideología porque ésta tiene una función reguladora de aquélla; pero no es posible verlas en forma independiente ni entender la función sin esa articulación.

a) Cultura e ideología.

Ante esto, Gramsci alude a la significación cultural: "Cultura significa una concepción de la vida y del hombre coherente, unitaria y de difusión nacional, una religión laica, una filosofía que se ha convertido precisamente en "cultura"; es decir, que se ha generado una ética, un modo de vivir una conducta civil e individual."³⁵

Por lo tanto, hay una vinculación muy estrecha entre cultura e ideología, al grado que en última instancia la ideología se convierte en cultura, o mejor dicho, la ideología se conforma como una parte complementaria de aquella, si dicho término es tomado en su acepción de *Weltanschauung*, o sea, al referirse a las diferentes concepciones del mundo de las clases dentro de una formación social.

En términos de ideología, existen dos niveles conceptuales 1) *Weltanschauung* es más amplio y preciso 2) otro como conciencia falsa o deformación y ocultamiento de la realidad.

Así, la ideología es parte de la cultura en cuanto se la considera desde una perspectiva de supra-clase en relación con formaciones sociales o sociedades enteras, es decir, como un conjunto específico de pautas culturales; también podemos decir que es una síntesis de la cultura que se expresa en ideas, creencias, valores, símbolos, signos, etc.

De hecho, la ideología tiene una función práctico-social dado que organiza a la masa humana, forma el terreno donde los hombres se mueven, toman conciencia de su posición y luchan. En consecuencia, es a través de la lucha ideológico-política que un bloque de clase construye su hegemonía.

Para Gramsci, en la constitución de un "bloque histórico" coexisten diversas concepciones del mundo con diferentes grados de elaboración, cuya vinculación está caracterizada por la dominación política y la dirección cultural, ética y moral de un bloque de clases que ha logrado históricamente el consenso de los demás al convertir su ideología en un punto de referencia común a los demás grupos sociales.

El término Cultura Popular, en su sentido más amplio, trata de globalizar una serie de hechos, comportamientos y, en última instancia, forma de pensar y vivir de grandes grupos de población. Precisamente por su extensión tiene el peligro de la ambigüedad; dentro de las diversas acepciones de cultura popular, unas la tienden a ver como obstáculo del desarrollo y el progreso, otras hacen una exaltación de ella.

Igualar a la cultura popular con aquella del "pueblo", conlleva una reducción analítica de endeble claridad. Además, al exaltarse lo "tradicional", resulta más bien

³⁵ Ibídem. p.27

una forma de obstaculizar lo nuevo, mediante la perpetuación de lo antiguo; lo cual lleva a una posición represiva y conservadora de la cultura.

Otra visión es la de concebir la cultura como privilegio de una pequeña minoría que posee la "cultura superior" y científica, en contraste con la otra "inferior" y no científica, correspondiente a las mayorías. Así, a la cultura popular se le identifica con un amplio sector de población que se encuentra en una situación de desventaja económica y social. Por ello se le ha llegado a definir como el conjunto coordinado de maneras de actuar, de pensar y de sentir que delinean los roles que se despenden de las conductas de las clases medias y bajas de la sociedad; es a partir de esta denominación que a la cultura popular se le ha identificado con la cultura de masas.

4.- La cultura de masas.

El origen de la cultura de masas se da en un momento histórico en que el pueblo entra como protagonista de la vida social y participa en las cuestiones de la vida pública después de un buen tiempo de permanecer en silencio. Pero de manera paradójica, su modo de divertirse, pensar, imaginar, compartir, no nace de abajo, sino de la comunicación masiva y de mensajes formulados según el código de la clase hegemónica. La cultura de masas es en realidad el vehículo por el cual el "proletariado" y demás grupos subalternos consumen los modelos culturales de una clase dominante creyéndolas una expresión autónoma. Tales modelos se construyen para responder a su condición de vida, de modo que ésta sea visualizada como natural al igual que la relación que guarde con las demás clases, además de ser presentada en forma acrítica. En síntesis, la cultura de masas se constituye como la producción de nuevos modelos de comportamiento, un modelo cultural que en esencia es creado y desarrollado "desde arriba".

Para la concepción estructural-funcionalista, se concibe como un logro al democratizar la cultura que antes había estado en manos de la élite, para ponerla al servicio de las masas populares. En cambio, para Umberto Eco la cultura de masas es la "anticultura", ya que si es cierto que los bienes culturales están a disposición de todos, no se toma en cuenta ni se pone a discusión el espacio social donde se genera, el para qué y quiénes los producen; al analizar estas interrogantes se detecta que es producida, en su mayor parte, por grupos de poder económico con el fin de obtener beneficios. Ella permanece sometida a todas las leyes económicas que regulan la fabricación, la distribución y el consumo de los demás productos industriales. Al negar el conflicto y la potencialidad de las clases subalternas, genera dispositivos de masificación, despolitización, control y desmovilización.

Se puede llegar a dividir a la cultura, a partir de lo popular o del sentido común, lo no científico o lo simple, y la otra, es la científica, del buen sentido, perdiéndose el carácter esencial de clase que contiene la cultura.

Otra concepción es: la costumbre de concebir a la cultura como un saber enciclopédico, ocasionando la producción de gente que se cree superior al resto de la humanidad.

“El elemento popular siente, aunque no siempre comprende o sabe; el elemento intelectual sabe, pero no comprende y sobre todo, no siempre siente”.³⁶

Gramsci expresa que cada grupo tiene su propia concepción del mundo, por lo que cada uno actúa según la propia cultura que es la cultura de su ambiente.

En el análisis crítico de Gramsci se reconoce la instancia ideológico-cultural desechando toda concepción economicista, pero va más allá en la justa revaloración de los elementos superestructurales en cuanto al reconocimiento de la autonomía y función predominante del aspecto político, también reconoce el papel del Estado como factor de dar sentido integral a su visión.

El sentido común es la filosofía de los no filósofos, es decir, la concepción del mundo tomada acríticamente por los diferentes medios sociales y culturales en donde se desarrolla la individualidad moral del hombre medio que funciona sobre el registro de la creencia y la fe como si fuera una religión; esto conlleva a un conocimiento parcial de la realidad, aunque asume una filosofía producto de una capa de intelectuales unidos a las clases dominantes, la ingiere mecánicamente, la adapta a sus necesidades inmediatas y la erige en norma de vida, en principios morales, en orden del mundo.

Entonces, el sentido común es el folklore de la filosofía, que además de hacer alusión a sus formas innumerables de seudorracionalidad, y a su estructura estratificada como superposición de elementos tomados de las filosofías pasadas, también se opone en cierta medida a la otra realidad, aquella que el dominio tiende a reducir para que no se rescaten sus elementos, o sea, aquella realidad denominada "el buen sentido".

Otro elemento desarrollado sobre las culturas subalternas en años posteriores a Gramsci es el de los "desniveles de cultura", el cual se concibe como las distancias culturales tanto externas como internas que se dan entre sociedades o entre los grupos sociales constitutivos. Entre diversos factores se pueden considerar como generadores de los desniveles internos: las dificultades materiales de las comunicaciones, la

³⁶ Idem.

discriminación cultural de los estratos hegemónicos en relación con los grupos subalternos y las imposiciones civilizadoras de los estratos hegemónicos.

Con el desarrollo de la lingüística, principalmente en el área de la semiótica, se ha llegado a encarar con diferente énfasis el análisis de la cultura de las clases subalternas. En ella se han tratado elementos del sentido común, considerándolos bajo una perspectiva de estudio que se refiere a las representaciones simbólicas para identificar aquello que comparten y les da sentido dentro de su universo.

En algunos análisis, se hace notar el carácter instrumental (stalinismo) de la cultura dentro de una visión ideologizada y mecánica de la relación estructura-superestructura; dicho de otro modo, se explica como mera reproducción de las relaciones sociales de producción, olvidándose de que los problemas son complejos y dialécticos y de que existe una autonomía relativa de la superestructura. Se entiende que de manera indirecta las clases subalternas tienen una subordinación con los sistemas filosóficos dominantes. Con esta subordinación limitan el pensamiento original de las masas impidiéndoles superar su estado caótico respecto al mundo y a la vida.

Hay en la culturas subalternas la resistencia oculta y muchas veces no consciente contra la opresión que sufre; pero en sus luchas, en gran medida espontáneas, manifiestan las posibilidades objetivas de nuestra sociedad.

Ante la situación de las clases subalternas que se ven sometidas a una determinada concepción, es necesario elaborar la propia forma, de manera consciente y crítica, para participar en la elaboración de la historia del mundo, conformando una personalidad más coherente donde los sujetos realmente apliquen la máxima "conocete a tí mismo", pero en el sentido de analizar todos los aspectos, tanto a través del proceso socializador como de las diferentes filosofías. Lo importante es no separar la filosofía de la historia de la filosofía, ni la cultura de la historia de la cultura.

C. El proceso de México.

1.- Sociedad e Ideología

a) El nacionalismo revolucionario en México

La revolución mexicana se llevó a cabo, al menos en su primera fase, sin un proyecto ideológico depurado, claro y coherente. El proyecto se construyó de manera incluyente, fortaleciendo las bases de apoyo de la revolución; la educación en este caso tenía que ver con el propósito de crear un mundo nuevo.

Desde sus intentos de consolidación, una de las bases fue la educación vinculada a los intelectuales y a toda expresión que sirviera al pueblo en sus intentos de reivindicación. La alianza entre Estado y sindicalismo se planteó, dentro del esquema de conciliación entre las clases sociales en vez del enfrentamiento entre ellas, con sus componentes nacionalistas, desarrollistas, populistas..

Nociones como nación, nacionalismo, antimperialismo, desarrollismo, colonialismo interno, nacionalismo revolucionario y socialismo, ocupan un lugar destacado en el discurso político latinoamericano. Dichas nociones se convierten en elemento esencial de la retórica con la que distintos regímenes buscan legitimarse, recurriendo a la carga ideológica que ellas tienen en el subconsciente popular. Esas nociones, además de servir como representaciones del mundo sociopolítico, son también instrumentos de movilización social. En nuestro caso, — México— el nacionalismo revolucionario nos identifica en el texto de la constitución de 1917.³⁷

El nacionalismo revolucionario se acerca mas al antimperialismo, antioligarquía, sin abandonar la idea del proyecto nacional plasmado en la unidad de los grupos sociales.

En el nacionalismo revolucionario no se puede encontrar el enfrentamiento de clases como motor de desarrollo social. El Estado lleva a cabo un esfuerzo de conciliación que guarda relación a la vez con las estrategias de acumulación de los sectores privados y con la necesidad de dar respuestas a las reivindicaciones populares.³⁸

Así el Estado juega un papel conciliador, y se convierte en eje del desarrollo capitalista, con un proyecto que presupone una alianza de clases como su elemento motor.

De una manera o de otra, el nacionalismo revolucionario con sus componentes antimperialista, desarrollista e integrador, concibe una sociedad unida y capaz de realizar un proyecto nacional donde los intereses de las clases no se oponen.

³⁷ Francisco Zaparta Scheffeld Ideología y política en América Latina, El Colegio de México, 1997, México, 299p.

³⁸ *Ibidem.* pag. 17

El proyecto se construye de manera incluyente, fortaleciendo las bases de apoyo de la revolución; la educación tiene que ver con el propósito de crear un mundo

b) Televisión y poder político en México.

La ideología es el factor subjetivo a través del cual se mantienen las fronteras entre el poder absoluto de la clase política gobernante y el régimen económico, las cuales tratan de preservar las concesiones de la Televisión como parte representativa de ideología de la clase económica.

Cuando la Televisión surgió en el panorama nacional, el Poder Ejecutivo inauguraba el gobierno de los civiles, estando más ocupados en la política que en producir en este medio, por lo cual no se plantea una política integral al respecto. En esta situación, Salvador Novo se encargó del aspecto cultural, educativo y socioeconómico. Entonces el Estado no mostró interés por el nuevo medio y por tanto se decidió por el modelo comercial de Televisión; más adelante, ante los enormes avances del medio, el Estado no pudo detenerlo.

Las concesiones fueron otorgadas como propiedad por el Presidente, de tal manera que se dio la licitación sin necesidad de reglamentos restrictivos. Cuando los intereses en juego obligaron a actualizar la legislación aplicada a la radiodifusión se optó por las concesiones, otorgadas a los que ya operaban los medios; así la ley creta estaba acorde con las características del sistema político.

Hay que entender que la Televisión se creó a sí misma, casi sin limitantes. Sin reglas del juego establecidas, creció hasta donde pudo. La ley siempre respondió dentro de lo posible a las necesidades y medidas propuestas por los concesionarios, debido a que la relación entre éstos y el Ejecutivo era inseparable. Se realizó entre la negociación y la mutua tolerancia, esto permitió cierto equilibrio desde el poder. Se evitaron los enfrentamientos graves para protegerse y mantener el status quo en la medida en que coincidían sus intereses.

Para 1969 se dio un intento para regular la Televisión en la Ley General de Comunicaciones (LVGC). Esta ley definió los conceptos asociados con el espectro electromagnético como una actividad de "Servicio Público". El término significaba una bomba de tiempo que podía explotar en cualquier momento en la cara de los radiodifusores comerciales pues el Estado podía redefinir las metas de la radiodifusión comercial y con ello trastocar los intereses ya generados.

Los grupos presionaron al Gobierno para librar a la radiodifusión del concepto de "Servicio Público", centrando sus energías para cambiar la ley. Dos décadas después, fue borrada de la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT), la aplicación de este concepto. Al término del debate, el Estado introdujo algunos elementos

limitativos, aunque modestos. Para estos momentos, la Televisión ya se había acostumbrado a operar sin restricciones de ninguna especie, una libertad que le había permitido hacerse a ultranza de acuerdos con sus condiciones comerciales, sin obstáculos, sólo los propios del comercio.

La relación entre los presidentes y los medios es propio de la inconsistencia del sistema político, tanto en su quehacer como en sus proyectos; muchos de ellos elaborados a corto plazo, sin trascendencia sexenal, tratando siempre de consolidar el papel mediador entre los grupos en pugna; esto forma parte de la construcción del Estado Mexicano, reflejando estos vaivenes entre la sociedad y el Gobierno.

Dentro de la compleja relación entre medios y Gobierno resalta el hecho de los acuerdos realizados desde 1968. Estos compromisos alternativos proponían que las estaciones de radio podían pagar en lugar del 25% de impuestos, el 12.5% con la programación diaria del tiempo estatal. La ley estipulaba que si el Estado no utilizaba el espacio, ese tiempo no sería acumulable y la estación podía disponer del mismo. Asimismo, ese tiempo dejaba margen para no ser utilizado dentro del horario clave de su programación (*prime rate*).

O sea, la Televisión concesionada ha contado con grandes privilegios económicos como son:

- La reducción de impuestos, derogación de los mismos o autorización para recibirlos en "especie".
- El otorgamiento para determinar a su arbitrio el monto de las tarifas cobradas por el servicio de transmisión de mensajes publicitarios a través de la radio y la Televisión.
- El cobro sumamente bajo de tarifas en el servicio de conducción de señales a través de la infraestructura nacional de telecomunicaciones (satélites, cableado, postes de electricidad, etc.).

En un artículo publicado en la revista Vuelta de Fátima Fernández Christlieb, "Los satélites mexicanos en venta", en marzo de 1997, señala que: "los usuarios de los satélites están distribuidos entre los que utilizan señales de Televisión (42%) y los de redes y datos (31.4%)" mientras que "la red EDUSAT ocupa menos del 3% de la capacidad instalada destinada a Televisión y los gobiernos estatales escasamente el 2%".³⁹

³⁹ Fátima Fernández Christlieb " Los satélites mexicanos en venta ". Revista Vuelta, marzo de 1997.México. pag. 12.

Este uso del tiempo fiscal ha dado al Estado una oportunidad de oro que no ha sabido aprovechar, aunque sea parte de la negociación para cobrarle a los medios con apoyo al Gobierno, ya sea a través de la censura a la oposición, negar información, reciclar boletines de prensa y otras estrategias sutiles para disminuir el impacto de la noticia. En estos tiempos, el Estado de Oaxaca adecuó su Ley de Educación; ésta exige aprovechar estos tiempos diariamente para la transmisión de temas educativos, sociales y culturales.

Estas negociaciones intramuros que son parte de los acuerdos entre el Estado y los medios, se reflejan de igual manera en la otorgación de las concesiones o en su renovación. Otra situación acontece en el Sindicato de Trabajadores de la Radio y la Televisión (STIRT), un órgano corporativizado; sus agremiados son objeto de negociaciones, son presionados con ciertas prestaciones, concesiones y sus salarios son bajos.

Ante esta situación, no existen condiciones para poder desarrollarse dentro de estos espacios; así se cierra el círculo con los acuerdos oscuros entre medios y Gobierno, y trabajadores sin motivaciones, lo que produce transmisiones de baja calidad, sin proyecto definido y ofreciendo al auditorio mediocridad.

El cambio es sin duda el símbolo de la presente década. Todo está cambiando como si se cumpliera un ciclo natural y, en consecuencia, nadie lo puede detener. México, lo quiera o no, está inmerso en estos cambios; la globalización de los mercados, la intrascendencia de la frontera que la tecnología borra con sus alcances, están construyendo la plataforma de la sociedad de la próxima generación. En los tiempos no caben anacronismos; todo sucede cada vez con mayor rapidez, de la misma manera la sociedad exige cambios acordes a las circunstancias.

La relación entre el poder y los medios tiene que ser parte de la posmodernidad, según Lyotard, mientras para Marx estos tiempos serían del adelanto de las fuerzas productivas que han rebasado nuevamente a las relaciones sociales de producción; así la apertura ha terminado de desbordar tanto a los medios como al gobierno. El caso más claro lo constituye el levantamiento en Chiapas de 1994 que los medios rebasaron al Estado.

Actualmente es tanta la rapidez de la información que a los Gobiernos se les ha hecho imposible controlar los acontecimientos. Aunque hubieran deseado ejercer el poder metaconstitucional en las épocas del absolutismo, los tiempos marcan el momento histórico; aún con todos sus males, la globalización debe permitirnos sacarle provecho, la esperanza del ser humano está en juego. La liberación, la desideologización, la alienación y su cosificación; ante estos embates, la resistencia debe ser parte de la dignificación del ser humano.

Para las elecciones del 2000 está en discusión si el nuevo gobierno modifica las concesiones y decide quitárselas a Televisa y a Televisión Azteca para hacerse cargo directamente de su manejo; la hipótesis es que los medios tendrían la estructura e ideología que el nuevo gobierno les imponga, esto en el caso de obtener la titularidad de la presidencia a la oposición.

c) Ante las nuevas tecnologías. ¿ el tecnoapartheid?

En México, el desarrollo tecnológico, a diferencia de otros sectores, ha crecido paralelamente con el de los países del primer mundo, aunque ese desarrollo no va a la par con una mayor oferta de alternativas de Televisión, esto es, los contenidos no reflejan ningún avance, el espectro es un eterno repetir de formas y de fondos.

Con la apertura de más opciones en el terreno de la Televisión, se debe terminar con la concentración en pocas manos. El hardware se puede adquirir con recursos, el Estado debe abrir más opciones con las concesiones para poder competir con Televisa. Aunque para el Estado esta apertura le resulta más compleja, dado que si en años anteriores no pudo crear un proyecto para los medios, ahora le resultaría casi imposible.

Ahora se presentan otras opciones como son Multivisión (MVS) y el sistema *Direct to Home*; es una señal directa de satélite, con la novedad de que la antena de recepción mide 60 cm. de diámetro.

Las nuevas tecnologías asociadas con la información han sorprendido por su alcance y sus facilidades de operación. Para darnos una idea, tomando en consideración las condiciones en las que se encuentra el subcomandante Marcos en la selva de Chiapas, frente a una computadora lap top, dotada de un módem, utiliza un teléfono celular, marca un número de cualquiera del centenar de servidores a que tienen acceso en la red de Internet alrededor del mundo, teclea su clave de acceso y envía su mensaje; en cuestión de segundos, éste ha sido enviado, y está en las redacciones del Washington Post, Le Monde, las revistas Time y Newsweek, los periódicos La Jornada, El Financiero o la revista Proceso. Mientras el mensaje ya está en los medios, otros periodistas están desesperados en conseguir la nota del día y nuevamente el gobierno ha sido rebasado, ahora por las nuevas tecnologías.

La situación de crisis económica que padece México comenzará en el corto plazo a hacer sus estragos en la Televisión. No puede soslayarse que entre los anunciantes más importantes están el gobierno y los bancos, y actualmente padecen una crisis aguda junto con el resto de los sectores mas dinámicos de la economía.

d) El Estado Mexicano cedió el placer a las industrias culturales.

Las industrias culturales en México se dedican a formar públicos, proporcionando la incorporación de disposiciones para plantear su oferta, porque de eso viven, tienen que agrandar y recrear el mundo del espectáculo para vivir en ese ámbito. Entonces hay una formación básica, en cómics, en comerciales, en “Al fin de semana”, que facilita todo eso. Además hay otra cosa que pasa con el campo de la cultura legítima, es un campo de producción restringido, es decir, se produce para poca gente, sobre todo para la crítica. Es mucho más importante para un artista que diez críticos digan que es una obra de arte visionaria que en el siglo XXV se va a apreciar, a que la masa vaya y la abuchee.

México está inmerso en un mercado global y, entonces, el problema grave es que estamos entrándole amnésicos, como si todo hubiera sido inventado ayer. Amnésicos de ese espesor cultural (tres mil años de civilización), de esa densidad de relaciones complejas, de tejidos múltiples, de memorias transcurridas; [...] la única forma de salir de la miseria y de la crisis, es precisamente con un acto profundamente amoroso de refundación de sentido, que cuestiona la idea de la cultura legítima, conocida como bellas artes. Hay una buena infraestructura cultural en el país, tenemos un montón de teatros, conservatorios, auditorios, museos e incluso México tiene una de las culturas más importantes en museografía: resulta que no existe una forma de catalogar los museos que fuera por lo menos intercambiable entre ellos. Un ejemplo de esa carencia es el Museo de Antropología, el cual tiene más de un millón de piezas sin un catálogo detallado de éstas.⁴⁰

No tenemos ni idea de cómo se forman los públicos de la cultura. Tenemos muy poca información, pero, sobre todo, no tenemos formación. Solamente te conviertes en público de una oferta cultural, o sea, de productos culturales especializados, en este caso de cultura legítima, cuando incorporas, cuando haces, cuerpo, córnea y piel, esquemas de percepción, disposiciones que te permiten distinguir una oferta, evaluar y apreciar un producto cultural.

Al no existir información, es difícil que el gobierno federal diseñe una industria cultural para las bellas artes. Cuando hablamos de que una industria cultural se ocupa de que el gran público tenga esas disposiciones incorporadas para distinguir su oferta, sus productos, para apreciarlos, evaluarlos, comprarlos, estamos hablando

⁴⁰ Jorge González.- El estado mexicano cedió el placer a las industrias culturales, periódico SIGLO XXI Guadalajara, 26 Dic. 1995. pag. 3.

de una gran disparidad de discursos y estrategias con respecto al gobierno. Las industrias culturales juegan con el placer, a diferencia de la cultura legítima, a la que el placer es lo que menos le interesa atender y se centra en algo mucho más racional como comprender el sentido del autor. Entonces nos atrevemos a decir que el Estado mexicano cedió el placer a las industrias culturales y éstas no tienen ningún empacho en trabajarlo. “El verdadero Ministerio de Educación y Cultura está en avenida Chapultepec 18 (Televisa) y en Guadalajara tiene su sucursal”.⁴¹

Todavía se está creando en México un espacio para favorecer el nacimiento, la incorporación, la formación de públicos y la repartición menos desigual de las disposiciones culturales. Se requiere de una política encaminada a la reconstrucción de sentido. Tenemos que revitalizar el sentido de lo que somos con memoria; no es realmente una política en el sentido tradicional, sino de recuperar el cómo se crean los proyectos culturales y cómo se transmiten esos valores a las siguientes generaciones. Hay una vertiente de educación formal que va creciendo, esa educación formal te da la llave para que puedas entrar a otros niveles de degustación. En este país el promedio educativo no llega a cuarto año de primaria. “Estamos trabajando a ciegas, no se va acabar con que haya información, hay que usarla; el público tenemos que demandar que la use, nosotros como público debemos usarla y entonces tendremos, creo yo, una política distinta” opina el especialista Jorge González.

2.- Canadá: una alternativa cultural en el TLC.

Utilizamos como marco de referencia a este país del norte sencillamente por su cercanía con nuestro país, de cómo han planteado el elemento de la cultura canadiense al firmar el tratado de comercio con los Estados Unidos; su experiencia tan grande en materia de Educación para los medios, así como el tratamiento abordado por la sociedad de ese país para resignificar el papel de los medios masivos de comunicación.

México y Canadá sufren una permanente intromisión cultural; sus correspondientes públicos se han acostumbrado, amoldado, a los parámetros simbólicos y de representaciones de los productos de medios de origen estadounidense. Así como se da una dependencia tecnológica, también hay copia de formatos y de contenidos.

Tanto México como Canadá adolecen de la misma problemática, la necesidad de promover su identidad cultural a través de sus sistemas de comunicación.

⁴¹ Idem

En sus inicios, Estados Unidos experimentó un crecimiento acelerado durante todo el siglo XIX, exportando su tecnología sobre todo hacia México y Canadá, quienes muy pronto comenzaron a volverse dependientes tecnológicos. La adopción de tecnologías de comunicación ha sido de suma importancia para Canadá, debido a la necesidad de comunicar su vasto territorio; este país preparó así el terreno no sólo para importar la nueva tecnología, sino, incluso, para desarrollar la propia.

El discurso de la globalización, por su parte, emana de necesidades económicas de interdependencia comercial, ofreciendo a las naciones involucradas un espacio en el mundo a costa de una racionalidad que justifica un nacionalismo poco desarrollado.

En Canadá, la estructura de los medios, pese a estar dividida en un sector público y otro privado, se encuentra permanentemente trabajando para garantizar la difusión de contenidos canadienses, pues así lo establecen tanto la legislación federal como las legislaciones locales.

Ante el TLC, nuestro país, a diferencia de Canadá, se acercó a la integración con Estados Unidos sin tener muy claros los riesgos que corría y sin una plática cultural nacional que hiciese frente a la apertura simbólica y comercial. Al principio de la negociación trilateral, Canadá claramente apuntó que se oponía a incluir a sus industrias culturales en los acuerdos, ya que dicha área era considerada una parte vital para la conservación de su identidad cultural.⁴²

México y Canadá pueden aprender el uno del otro y de las experiencias de su relación con Estados Unidos; aún cuando cada una de estas sociedades emanan de raíces y tradiciones distintas, se hace necesario para sí una política cultural que las defina y las ampare.

⁴² Ma. de la Luz Casas Pérez . "México y Canadá" en Comunicación y Sociedad # 27 DECS Universidad de Guadalajara, mayo-agosto 1996, p. 89

CAPÍTULO III

LA SOCIEDAD Y EL MAESTRO ANTE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

“En el siglo XVI , Nicolás Maquiavelo registra en El Príncipe la esencia mecánica del poder: preservarse, permanecer indefinidamente en su ser. El personaje central de El Gatopardo (1958) de Guiseppe Tomasi di Lampedusa expresa ese paradójico sistema de conservación. " si queremos que todo siga como está, es preciso que todo cambie...y luego todo seguirá lo mismo, pero estará cambiando". El poder, pues, creará una gigantesca apariencia de cambio para ahogar las verdaderas transformaciones. Mientras mayor sea la apariencia y más "concretos resultados" tenga mayor será la permanencia del poder inmóvil. Hollywood no actúa de otro modo: por paradójico que parezca, todo el febril movimiento que alimenta a la industria fílmica norteamericana (cabeza de flecha en el siglo del cine, es decir el siglo del poder impuesto por las imágenes) obedece a un ulterior demanda de inmovilidad”.

Daniel González Dueñas

Texto leído en el centenario del cine en 1996

"Nuestro público queda totalmente condicionado al tipo de películas en las que se estrellan 45 autos en dos minutos y mueren cien personas al mismo tiempo....., y cuando al mexicano le presentan una buena propuesta, como del cine europeo, te comentan: pero que película tan lenta"

Tomás Pérez Turrent

Guionista de cine

CAPÍTULO III

LA SOCIEDAD Y EL MAESTRO ANTE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

En un capítulo anterior se mencionaron los elementos de la comunicación, diferentes posturas con respecto a este tema así como la evolución de los modelos a lo largo de todos estos años de investigación. Se ha planteado también que el proceso comunicativo está presente en todo lo lugar en donde se permita la interacción, inclusive los salones de clases.

Para que dicho proceso sea productivo, es necesario utilizar los canales adecuados para hacer llegar el mensaje que se pretenda. Es decir, escoger el medio de comunicación tecnológico idóneo a la situación.

Desde hace algún tiempo, se han desarrollado proyectos de investigación en cuanto a la importancia e influencia de los medios de comunicación en distintos ámbitos de la vida cotidiana, que de alguna u otra manera repercuten en el desarrollo social.

A partir de la década de los 40's, nuestro país entra a la era de la industrialización y el urbanismo, generando cambios en la cultura de nuestra sociedad. Los medios tradicionales de México (escuela y familia) se ven influenciados por los medios masivos de comunicación. Dentro de los medios más conocidos en la sociedad encontramos la radio, la televisión, la prensa, la fotografía, la historieta y el cine.

En el presente capítulo se revisará de manera general, la relación de los medios en México, alguna experiencias de radio educativa en América Latina, así como un breve análisis en el estado de Yucatán.

Se revisarán algunos datos importantes sobre el desarrollo de los medios masivos de comunicación en nuestro país (específicamente la radio y la Televisión), sobre todo los de corte no comercial. Incluyendo un análisis histórico de la comunicación educativa y un acercamiento a la radio y televisión en Yucatán.

El trabajo se concentra en la radio y la Televisión por dos razones. La primera es la incidencia de estos medios en el proceso educativo de los niños mexicanos por su influencia.

La prensa, por su parte, requiere un análisis amplio y que significaría otra tesis completa, además de que tendría mayor incidencia en el proceso formativo de los adultos. La historieta, aunque tiene una menor presencia en la vida del alumno actual, en comparación con la Televisión y la radio, representa otro nivel de análisis. En el caso del cine, se extrapolan muchos de los elementos de la Televisión. La segunda razón es que el proyecto Multimedia en Apoyo a la Educación Básica concentra su interés en la televisión y la radio de manera preponderante; desde luego, sin negar la importancia de otros medios.

A. Antecedentes de los medios de la comunicación en México.

1.- Radio.

La historia de la radio en México se remonta hasta la década de los años veinte. La paternidad de la radio en México se le atribuye a Constantino de Tárnava o los hermanos médicos Pedro y Adolfo Enrique Gómez Fernández sin que se haya llegado a un consenso. De todas maneras, el hecho es que se comenzó a emitir desde el teatro Ideal en la Ciudad de México un programa musical el 27 de septiembre de 1921. De igual manera se realizaron pruebas de radiotelefonía desde el Palacio Legislativo hasta el castillo de Chapultepec ese mismo día.

En febrero de 1923, sale al aire la emisora experimental 1-1 y, el 19 de mayo, la JH; ésta fue adquirida por la Secretaría de Guerra y Marina; es a partir de este inicio de donde surgen otras emisoras, y sólo se “autorizó a empresas que copiaban el modelo norteamericano de operar.”⁴³. En las ciudades de México y Monterrey se abrieron las primeras transmisiones de radio y el Estado era quien daba las concesiones radiofónicas.

En agosto de 1923, se crea el Departamento de Radio dependiente de la SCOP; a principios de 1924 el candidato a la presidencia, Plutarco Elías Calles, utiliza los micrófonos de la emisora de EL UNIVERSAL ILUSTRADO (La Casa de la Radio). La toma de protesta como presidente fue transmitida el 30 de noviembre de

⁴³ Cristina Romo de Rossell. Ondas, Canales y Mensajes. Un perfil de la radio en México. Editorial ITESO, Guadalajara. pág. 17

ese año por la CYE -más tarde CZE y ahora XEEP de la Secretaría de Educación Pública.

El 1º de enero de 1931, el Partido Nacional Revolucionario lanzó al aire la XEFO; esta estación combinaba la propaganda política y los anuncios comerciales, con su programación logró ganar mucho auditorio. La campaña presidencial de Lázaro Cárdenas fue cubierta por la XEFO. En 1941, con el PNR convertido en PRI, la XEFO pasaba a manos del radiodifusor privado Francisco Aguirre, para desaparecer poco después.

El 14 de junio de 1937 se inició la radio difusión universitaria con el nacimiento de la estación de la Universidad Nacional Autónoma de México; era la única estación no comercial en el país, ya que la emisora de la Secretaría de Educación Pública había salido del aire para volver alrededor de 30 años después. Por su parte la emisora del gobierno del estado de Jalisco, la XEJB, apareció en 1941, aunque su antecedente sería la XICE del gobierno de Chihuahua, que salió al aire en 1923 y tuvo una vida efímera.

Desde la aparición de la radio en nuestro país, el Estado comenzó a tomar conciencia de que el nuevo medio tenía fuerza y surgió la necesidad de reglamentar este nuevo sector. Ya en los inicios, los radiodifusores privados se opusieron al papel social de este medio, presionando para que la Ley Federal de Radio y Televisión no sea considerada como servicio público, se respetara la "libertad de expresión", y el Estado sólo controlara a la cuestión técnica; no existiera la censura, se limitara al Estado como radiodifusor; que las concesiones fueran por tiempo indefinido, gozaran de beneficios fiscales y no se permitiera que el Estado realizara propaganda comercial.⁴⁴

Para 1960, se publicó la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT), reconociendo prácticamente a la radio como un recurso de beneficio social y no un negocio para unos cuantos privilegiados, pero fue hasta 1973 que esta ley se reglamentó.

Esta Ley consideraba que las estaciones pueden ser "comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas", sin embargo no se especificaban las características por cada una de ellas; de igual manera no se daba alguna definición de lo que significa cultural, educativo o el servicio público y cómo se obligaría a los empresarios a cumplir con estas funciones sociales. La Ley carecía de un gran compromiso con la sociedad. Es tanta la fuerza de los grupos propietarios que" para 1989 se vencieron 421 concesiones, y aunque existieron demandas en foros e instancias que las frecuencias se redistribuyeran, la ley fue manejada para refrendar

⁴⁴ Ibidem. pag. 33.

los beneficios individuales" en detrimento de la nación.⁴⁵ La maestra Cristina Romo, investigadora del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) de Guadalajara, ejemplifica las contradicciones en lo referente al beneficio social o individual:

Pecado de origen es considerar a la actividad radiofónica como una industria y no como un servicio dentro del campo de lo cultural y educativo... la relación es mediante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y no, como se antojaría, con la Secretaría de Educación Pública.⁴⁶

Sin embargo, se ha desarrollado en el país otra radio que pretende trasladar el proceso de la comunicación del interés particular al interés social, de la acción individualista a la acción solidaria; del interés del público al interés público, cuyos fines no han sido comerciales y que ha retomado experiencias de otros países al respecto, como es el caso de las radios libres europeas, las radios comunitarias en Canadá, las radios educativas en Asia, África y en Europa, la BBC, Radio Nederland, Radio Exterior de España, Radio Suiza y Radio Francia Internacional. Este es el caso de las radios universitarias.

Aún cuando la forma de manejar estas difusoras ha sido bastante heterogénea y ha respondido a las propias políticas institucionales según su tipo, han habido algunos elementos en común. "Lo que las ha caracterizado principalmente es que su relación con la audiencia ha sido diferente, con una imagen de mayor respeto y cercanía hacia la misma, y con criterios más rígidos de selección de su programación musical. La presión del tiempo ha sido menor en comparación con la comercial; podría decirse, sin prisas. La generalidad de las estaciones han preferido ser voceras de eventos culturales y artísticos y han preferido no participar en política y asuntos sociales".⁴⁷

Algunos autores consideran que dentro de las radios universitarias han existido una falta de objetivos claros y precisos, desperdicio del caudal de conocimientos y talento de los universitarios y, aunque es cierto que carecen de fuentes de financiamiento, pudieran suplirlo con el caudal de recursos académicos y humanos que han surgido en dichas instituciones. Se colocan en los últimos lugares de audiencia y sus estudiantes son los que menos escuchan las emisoras.⁴⁸

⁴⁵ Idem

⁴⁶ Ibidem. pág. 36

⁴⁷ Pedro Díaz Martín. La Radio en Yucatán. Tesis de Licenciatura ITESO, Guadalajara, 1987.

⁴⁸ Idem

Sobresalen en el espectro, Radio Educación y Radio UNAM las cuáles han tratado de generar emisiones diferentes en su programación. En el caso de Radio Educación no es una radio educativa en el sentido estricto de la palabra, sino una emisora de corte cultural. Estas dos difusoras tienen una programación que se retransmite a otras en el país.

a) La Radio Educativa en América Latina.

Sobresalen experiencias de educación no formal llevadas a cabo en países latinoamericanos: "El Movimiento Brasileño de Alfabetización (MOBRAL), Acción Cultural Popular en Colombia (ACPO) y el Instituto Costarricense de Enseñanza Radiofónica (ICER)."⁴⁹

MOBRAL nació con la década de los setenta para responder a la necesidad imperiosa de acometer en forma sistemática y masiva el problema del analfabetismo en Brasil; el gobierno amplió el sustento financiero del programa al hacerlo partícipe del 7.5 por ciento de la renta líquida recaudada por la lotería.

Este programa atrajo a muchos de los más talentosos planificadores, administradores y pedagogos del Brasil. Con el tiempo, MOBRAL llegó a más de tres mil municipios brasileños; a medida que el programa de alfabetización ha ido cumpliendo sus metas, el énfasis ha pasado a los programas de educación integral y de reforzamiento. Sus elementos de complementariedad serían entre otros, la del pago del instructor por parte del Estado y otra por el nivel local, la dotación de materiales de apoyo, la creación de estímulos, incluyendo la dotación de alimentos y de anteojos, la evaluación periódica del programa y su seguimiento individual.

ACPO se crea en 1947, dando inicio a una de las experiencias más interesantes y de larga tradición en América Latina y que constituyó un verdadero modelo respecto al uso de la radio con fines educativos: Radio Sutatenza.

Tiene como función principal prestar un servicio educativo a través de diversos medios:

- a) Radio Sutatenza, hasta su desaparición en 1989, transmitía a través de sus ocho emisoras (cinco en onda larga y tres en onda corta).
- b) Editorial Andes, una de las cinco editoriales más grandes de Colombia y la que imprime tres componentes importantes que

⁴⁹ Ana María Pepino Barale. "Radiodifusión Educativa". ED. Gernika, colección ensayos, UAM-Azcapozalco. 1991. pp. 235.

apoyan y complementan la labor de las radiodifusoras: Las Cartillas, La Biblioteca del campesino y el periódico semanal El Campesino.

- c) Institutos campesinos para la formación de líderes que funcionan en Sutatenza (uno para hombres y otro para mujeres) fundado en 1954 y en Caldas (Antioquía) únicamente para hombres creado en 1962.

Se basa en el concepto de Educación Fundamental Integral, que pretende enseñar al campesino una nueva forma de ver el mundo en lugar de captarlo como algo que le es impuesto; debe entenderlo como algo que se le ofrece para que lo transforme y sobre todo reconocerse como sujeto capaz de llevar a cabo esa transformación.

Este concepto se aplica a las cinco áreas básicas: mediante el alfabeto, los campesinos aprenden a descifrar el mundo; la del número, desarrolla su capacidad de cálculo; la de salud, para su previsión; la de economía y trabajo, los capacita técnicamente para recrear el mundo; y la de espiritualidad, enmarca su acción recreadora del ámbito solidario de la actividad comunitaria.

ICER surgió en 1973, en Costa Rica, como una asociación, cuyo principal objetivo es ayudar a los adultos a completar los tres ciclos de Educación General Básica por medio de un sistema a distancia que lleva por nombre "El maestro en Casa". Para apoyar este programa y cumplir con otros fines, cuenta con su propio sistema de radiodifusoras conocido como Proyecto de las Pequeñas Emisoras Culturales.

Cuenta con las aportaciones del Principado de Liechtenstein, el Ministerio de Educación Pública de Costa Rica, las cuotas que aportan los estudiantes, las contribuciones de las comunidades y de otros proyectos internacionales como la cooperación de Radio Nederland Training Centre (RNTC) para la producción.

Dentro de los propósitos del ICER se encuentran los puntos siguientes:

- 1) Ofrecer la oportunidad de completar los tres ciclos de Educación General Básica a los adultos.
- 2) Estimular a los interesados en superarse en el área educativa para que se integren mejor al progreso del país.
- 3) Apoyar a los culturalmente marginados.
- 4) Procurar la adaptación de los contenidos educativos a las necesidades, idiosincrasia y manera de pensar del adulto para estimular su promoción humana.

- 5) Facilitar la comunicación así como estimular los valores y costumbres de la población costarricense que se encuentra alejada del centro del país por medio de las Pequeñas Emisoras Culturales.

Ante el avance del programa en sus propósitos iniciales, se tuvo que incorporar el III ciclo de estudios; actualmente, el Ministerio de Educación Pública de Costa Rica celebró un convenio con la Universidad Nacional de Educación a Distancia de Madrid, con el objeto de cubrir el IV ciclo según el programa de la Universidad para su bachillerato en Educación Media Diversificada a Distancia. Con esto se complementó un programa de educación desde la alfabetización hasta alguna carrera universitaria, utilizando un sistema a distancia, flexible y al alcance de cualquier costarricense.

Si bien es necesario reconocer que cualquier programa tiene un potencial educativo, debemos establecer la diferencia entre los que tienen un valor de ilustración pero que no son docentes, podemos denominarlos "instructivos", y los que pertenecen propiamente a la radiodifusión educativa que tienen como objetivo proporcionar educación previa, determinando un núcleo específico de conocimientos teóricos o prácticos, para ser transmitidos sistemáticamente según un plan previamente delimitado.

2.- Televisión.

El 31 de agosto de 1950 se inaugura oficialmente la Televisión comercial en México. El 1o. de septiembre, XHTELEVISIÓN canal 4 inicia sus transmisiones regulares con el IV Informe de Gobierno de Miguel Alemán Valdés.

Para ello, en 1947 una comisión, por él nombrada, viajó a Estados Unidos y Europa para estudiar el sistema que más conviniera a nuestro país: el estatal británico o el comercial privado estadounidense. La comisión la integraron Guillermo González Camarena, especialista técnico y Salvador Novo como funcionario de la SEP.

El 21 de marzo de 1951 comenzó sus transmisiones diarias la estación XEW TELEVISIÓN Canal 2, propiedad de Emilio Azcárraga; el 10 de mayo de 1952 le sigue XHGC Canal 5, concesionada a González Camarena.

En 1958 se agrupan los canales 2, 4 y 5 (Distrito Federal) en el monopolio denominado "Telesistema Mexicano". En Monterrey, para 1968, se inaugura el canal 8 patrocinado por un grupo financiero y en ese mismo año el Estado funda el canal 13 (Distrito Federal).

Ante la ley de Radio y Televisión de 1972 responde el monopolio "Telesistema Mexicana" formando "Televisa S.A.". Este grupo recibió todo el apoyo del Consejo Coordinador Empresarial Mexicano, organismo dedicado a la defensa de la empresa privada.

A partir de entonces la primacía de la Televisión comercial privada ha sido marcada. La aparición de la Televisión estatal a nivel nacional, con el canal 13 de IMEVISION significó una competencia desigual pero fundamental, puesto que se presentaron espacios televisivos más abiertos al análisis social. La privatización de la estación en el sexenio de Salinas de Gortari ha generado una nueva serie de políticas de competencia que han repercutido en las actitudes de la audiencia ante los medios de comunicación y que están en constante retroalimentación con los cambios en la dinámica social.

Para autores como Carlos Monsiváis, la televisión en México ha ganado preminencia desde los años setenta:

[...] en la década presente, la industria cultural mexicana no tiene rival posible en América Latina. Lo prueba, entre otras cosas, la fuerza de Televisa en el mercado chicano y las giras verdaderamente apoteósicas en todo el continente de personajes de la televisión mexicana... Así como la radio al cobrar fuerza, canceló al teatro como espectáculo obligatorio, la Televisión ha cancelado casi todas las demás alternativas.⁵⁰

Un dato importante sobre la relación entre la Televisión y la educación tiene que ver con las alternativas televisivas que representan los sistemas de cable y vía satélite, más recientes, principalmente en lo que se refiere al tipo de programación que manejan y la libertad de transmisión que implica conflictos con lo que pudieran ser las formas culturales de la sociedad mexicana.

B. La Comunicación Educativa.

La Secretaría de Educación Pública fue fundada por José Vasconcelos mediante ley aprobada el 8 de julio de 1921. Desde su nombramiento como rector de la Universidad Nacional de México en 1920, Vasconcelos comenzó una profunda reforma de nuestro sistema educativo.

⁵⁰ Sánchez. Op. Cit. pág. 18

La relación de la SEP con los medios de comunicación se inició tempranamente. Con Vasconcelos al frente, la SEP llevó a las aulas el cinematógrafo, abrió una sección infantil en la revista El Maestro y estimuló una obra literaria trascendente: Lecturas clásicas para niños.

1.- La radio educativa en México.

En 1924 se instaló en la Secretaría de Educación, una emisora de transmisión limitada.

La radio probablemente inició su empleo educativo hasta el régimen de Plutarco Elías Calles, de 1924 a 1928. El Boletín de la SEP, en mayo de 1926, informó que, por su Estación CZE, con la potencia normal de 500 watts, transmitió el programa "Cuentos para los niños" a cargo de la profesora Carmen Ramos, dentro de la Obra de Extensión Educativa por Radio:

Desde el día 2 de julio del mismo año y con la colaboración de las señoritas que prestan sus servicios como educadoras en los jardines de niños del Departamento de Enseñanza Primaria y Normal, se estableció "La Hora del Cuento", en transmisiones especiales dedicadas a los alumnos de las Escuelas Elementales y Jardines de Niños. Las sesiones de lectura de cuentos con niños se desarrollaban en la Biblioteca Infantil de la SEP y en la Biblioteca Cervantes.

La estación Transmisora CZE fue inaugurada el 30 de noviembre de 1924, pero los dos primeros meses de trabajo fueron exclusivamente de experimentación técnica. Esta estación participó en las pruebas internacionales transoceánicas. Tratándose de un servicio totalmente nuevo, todo estaba por hacer; aún más: por experimentar.

El primer obstáculo que vencer lo constituía precisamente el radioescucha mexicano, a quien se pretendía educar. Ya le interesaba en 1924, es cierto, la radiotelefonía, pero únicamente desde el punto de vista experimental, técnico. Le imponía la maravilla del invento, le interesaba el misterio, pero le dejaba indiferente el asunto transmitido que sólo constituía para él, por la falta de estaciones difusoras en México, el pretexto para hacer trabajar su admirable juguete, que no otra cosa representaba en 1924 en nuestro país el aparato receptor poco desarrollado y perfeccionado en aquellos días.⁵¹

⁵¹ José M. Puig C. El esfuerzo educativo de México, 1924-1928, SEP, México 1928 pp. 535-536

Una interesante muestra de la relación entre los medios de comunicación, su finalidad educativa y la publicidad, la brinda el acuerdo firmado por Plutarco Elías Calles que, considerando la necesidad de dotar a las Escuelas Rurales de aparatos receptores para utilizar las transmisiones de la Estación Central de la Secretaría de Educación Pública, a fin de extender a todo establecimiento escolar y a las Comunidades Campesinas los beneficios de la Obra de Extensión Educativa por Radio y ante a la imposibilidad de orden económico en que se encontraba en estos momentos el Ejecutivo Federal para adquirir los aparatos receptores destinados a este fin, se autorizaba a la SEP para desarrollar por medio de su Estación Transmisora CZE, una intensa campaña de adquisición de aparatos, haciendo los arreglos que estimara pertinentes con casas constructoras y vendedoras de aparatos de radio de modo de obtener, a cambio de anuncios transmitidos por la Estación de la Secretaría, dichos aparatos.

2.- La SEP y la radio educativa

Durante el mandato de Emilio Portes Gil, de 1928 a 1930, la Dirección Educativa por Radio informó de la obra de extensión de utilidad escolar para jardines de niños, escuelas primarias urbanas y rurales. Los programas de transmisiones relativas consideraron cuentos, lecturas instructivas, cantos corales, juegos infantiles. La estación transmisora CZE contaba con un kilowatt de potencia.

Con Pascual Ortiz Rubio, en 1931, continuaba la transmisión de "La hora del niño" a cargo de los jardines de niños, los lunes, miércoles y viernes de las 18 a las 19 horas, con cuentos, coros y adivinanzas. Entonces la estación difusora de la SEP era la XFX.

Para 1933, con Abelardo Rodríguez, son quince los planteles que contaban con radios y existía el propósito de que otras escuelas adquirieran o sean dotadas con esos aparatos, especialmente en los poblados alejados de la urbe. Estaba a cargo de la Oficina Cultural Radiotelefónica Agustín Yáñez, quien ofreció servicios especiales para las escuelas, y se transmitieron clases de gimnasia y de canto coral.

En el primer período sexenal, a cargo de Lázaro Cárdenas, se determinó el desarrollo del Plan Sexenal de Educación y, dentro de él, la Campaña de Educación Popular que buscó, fundamentalmente, enfrentar el analfabetismo. Entre muchos otros apoyos, consideró la ayuda de todas las estaciones radiodifusoras de la República. En este período se contabilizan 350 aparatos de radios en las escuelas, según consta en la memoria respectiva.

Un nuevo apoyo de la radio a las tareas alfabetizadoras se dio a partir de 1965, siendo Secretario de Educación Pública Agustín Yáñez, pues mediante la televisión

transmitió lecciones de la cartilla "Yo puedo hacerlo". Estos programas se prolongaron hasta el sexenio de Luis Echeverría (1970-1976).

En 1968 Radio Educación operaba con un transmisor de 500 vatios de potencia autorizados, limitada su cobertura al Distrito Federal; en 1973 se inició propiamente el desarrollo de la actual radiodifusora. Hasta 1976, la estación fue un Departamento de la Dirección General de Divulgación. En 1977 se constituyó de hecho, sin fundamento legal, en Dirección General bajo la Coordinación de Difusión Audiovisual, dependiente de la Subsecretaría de Cultura y Recreación.

Radio Educación es un órgano desconcentrado de la SEP, según acuerdo del 22 de noviembre de 1978, cuyos objetivos son los de difundir los valores culturales, expresiones musicales, cuentos, y dar voz a quien en las estaciones comerciales no la tiene. Desde los primeros años de esta nueva época, Granados Chapa dice que no se distinguía sustancialmente del resto del sistema de la radiodifusión mexicana. El mismo comenta que, no obstante que pertenece a la SEP... "no es estrictamente hablando una radio educativa; es una emisora que reconoce la existencia no de la cultura concebida tradicionalmente sino que admite la existencia de varias culturas."⁵² Es en este período donde se afirma la personalidad de la radio, ya que se profesionalizó, se volvió más periodística, plural, más profunda, menos visceral, su crítica se fundó en argumentos sólidos.

Dentro de sus características se considera como una entidad viva, en la que los trabajadores creen, trabajan y crean a pesar de los directivos, porque es un medio a través del cual las expresiones de la cultura mexicana y universal pueden tener cabida. "Es una emisora que puede competir en auditorio con las difusoras comerciales del Distrito Federal, porque suena bien y se escucha".⁵³

A partir de 1980, con el reforzamiento del equipo técnico se obtuvo un amplio margen de seguridad y se pudo transmitir las 24 horas con 20,000 vatios de potencia autorizada, ampliándose así la cobertura nacional. Se instaló un tercer estudio de grabación; se estableció el equipo transmisor de onda corta y se reestructuró la programación al vincular los contenidos de las emisiones con los objetivos de la SEP.

⁵² Miguel Granados Chapa, Comunicación y política. Editorial Océano, México. 1988 pág. 21

⁵³ Cristina Romo. La otra radio. Voces débiles, voces de esperanza. Editorial Fundación "Manuel Buendía," México 1990, pág. 66

3.- La SEP y la Televisión educativa.

La alfabetización por Televisión fue el primer proyecto de aprovechamiento de la televisión didáctica que se realizó en México. La Dirección General de Educación Audiovisual, a cargo de Alvaro Gálvez y Fuentes, en coordinación con la Dirección General de Alfabetización, dieron inicio a una nueva campaña de alfabetización.

Para ella se elaboró la cartilla "Yo puedo hacerlo", de la que se repartieron 4 millones 500 mil ejemplares; y se realizó una serie de 82 programas grabados para televisión en blanco y negro con duración de 27 minutos. Por primera vez se utilizó la letra script o de imprenta para iniciar a los adultos en la enseñanza de la escritura.

El siguiente proyecto fue el de Telesecundaria, para el que se impartieron cursos en el circuito cerrado a cuatro grupos de primer año. Los resultados positivos aconsejaron proseguir el experimento en circuito cerrado con los demás grados e iniciar en circuito abierto la etapa experimental con el primer año.

En 1970, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, y la SEP, a través de la Dirección General de Educación Audiovisual, trabajaban en el proyecto de creación de una red nacional de Televisión cultural. Esta red nacional debía partir de una estación piloto en el Distrito Federal y cinco estaciones repetidoras que abarcaran los estados de Colima, México, Morelos, Hidalgo, Puebla, Tlaxcala, Veracruz, Jalisco, Aguascalientes, Querétaro, Guanajuato y Michoacán, con una cobertura que alcanzara a los veinte millones.

Como Radio Educación, también XEIPN, Canal 11, es un órgano de difusión de la SEP que depende directamente del Instituto Politécnico Nacional. En este canal se grabaron los programas de apoyo a la educación primaria por Televisión: Temas de Primaria. Para ello contó con una asignación especial de recursos; toda vez que en 1979 se constituyó el Fondo de Medios, destinados a financiar publicaciones y programas de radio y televisión estrictamente educativos y de difusión cultural.

La SEP consideró entonces a Temas de Primaria -hecho por encargo de la Subsecretaría de Cultura y Recreación- como uno de los proyectos, por su complejidad, más importante de Canal 11.

En la memoria 1976-1982 de la SEP, en el informe correspondiente a Canal 11, se expresa que, formulada la idea de realizar un programa de Televisión como medio auxiliar de la enseñanza primaria, se pensó que sería factible prepararlo mediante el simple recorte de las ilustraciones de los libros de texto gratuitos y la preparación de textos que siguieran estrictamente el desarrollo de cada una de las unidades o lecciones. Así mirada, la producción de estos programas significaba la traducción a lenguaje televisivo de los libros de texto gratuitos.

Este tipo de procedimientos, que más bien expresan la escasez de recursos materiales del Canal 11, eran comunes para ilustrar las emisiones del noticiario Enlace en 1980, con fotos recortadas.

La atención del grupo y los resultados en el aprendizaje dependían en mucho de los programas mismos. Muchos de ellos se oían muy bien y algunos mal, ya fuera por dificultades de grabación en sonido ambiente o porque la voz de los locutores resultaba muy sorda y aunque se oía daba trabajo entender lo que decían.

Si bien puede pensarse que esta desigual calidad del sonido no afecta tanto la recepción en casa, los efectos negativos son inmediatos en la transmisión dentro del aula: primero hay un esfuerzo adicional por entender lo que se oye y ligarlo a la imagen; luego, al no lograr completar el mensaje sobreviene el cansancio y la desatención.

En el primer caso, en la lección televisiva, se recurre a locutores para presentar los contenidos y se intercala su presencia con imágenes de archivo o tomas de campo con elementos cotidianos. A veces se recurre a la mímica. En la presencia constante del locutor, en el uso de letreros y en la repetición de imágenes se puede apreciar la limitación de recursos. Sólo algunos programas con este esquema logran trascender estas limitaciones a partir de un empleo más dinámico de sus pocos elementos. “Platero y yo”, por ejemplo, brinda textos magníficos, acompañados únicamente con imágenes con un burrito blanco y de letreros, mientras dos hombres hablan sin aparecer en pantalla.

En cuanto a la escenificación de los temas, en principio resulta atractiva para los niños toda vez que es un tipo de programa con el que están familiarizados. La historia a desarrollar presenta como elemento central el tema escolar; de la habilidad del guionista que tenga para presentar los objetivos de aprendizaje, en una situación que a los alumnos les resulte verídica, depende el éxito del mensaje.

También en este esquema de dramatización pesan las limitaciones de recursos, observables en algunas escenografías que difícilmente pueden competir con aquellas a las que están acostumbrados los espectadores de canales comerciales. La realización, por lo demás, es mala, porque tiende a trivializar los contenidos educativos y no lograr la amenidad que pareciera se proponen.

Al concluir 1982, Canal 11 transmite desde el cerro del Chiquihuite con una potencia de salida efectiva de 312 mil vatios.

Es a partir de 1985 cuando la SEP propugna por un mejor aprovechamiento de los medios de comunicación y Canal 11 mantiene una barra de programación de apoyo a la Educación Primaria por Televisión. La transmisión de Temas de Primaria no responde a ningún orden ni mantiene relación alguna con la marcha del programa

escolar. Aunque se transmite todos los días de clase. Los 183 programas grabados de esta serie cumplieron el único objetivo de servir de relleno a una programación anémica, hace tiempo urgida de mayores recursos económicos.

A fines de enero de 1985, dos artículos de El Nacional sobre la televisión educativa, firmados por Laura Arley, abundan en el análisis. Ella considera que la Televisión educativa en México está aún en pañales.⁵⁴ Además ofrece datos de la investigadora Susana Villegia, del Centro Universitario de Producción Audiovisual, que indican que la Televisión educativa constituía entonces apenas el 12.17% de la programación de los canales 2, 4, 5, 8, 11 y 13.

Pese a ser Canal 11 el que presenta el mayor volumen de producción propia de programas culturales y educativos, en relación con los restantes que reciben buena parte de dicha programación por vía de otras instituciones nacionales o extranjeras, el escaso nivel técnico de la mayoría de los materiales contribuye a una reducida penetración en la audiencia. María del Carmen Millán, (UNAM) recomienda que “la duración de cada programa no exceda de 20 minutos, tiempo probado como máximo para mantener fija la atención del estudiante”.⁵⁵ Este tiempo contrasta con los 27 minutos que duran los programas de Temas de Primaria que no incluyen ningún corte comercial.

En muchos aspectos las opiniones del entonces director de Canal 11, Pablo Marentes, parecen resumir muchos de los criterios que orientaron la producción de temas de Primaria, cuando afirmó que “los medios de comunicación debían considerarse como medios auxiliares y de apoyo a la educación, aunque podrían ser la opción más adecuada y útil para llevar el servicio a las comunidades de menos de mil habitantes.”

El Canal 11 informó en enero de 1990 que su señal llega vía satélite a gran parte del territorio mexicano gracias a un convenio que firmó con 18 televisoras estatales y 97 empresas de televisión por cable; estas últimas cubrirán los gastos del servicio del sistema de satélites mexicanos, pero no pagarán derechos al canal.

El último trabajo realizado por la SEP y CONACULTA lo constituye la creación del Canal 22. Transmite a la ciudad de México, parte del Estado de México, Querétaro, Hidalgo y Tlaxcala y se distribuye a 164 sistemas de Televisión por cable en igual número de ciudades. El propósito del canal es el de ganarse un lugar en la televisión mexicana, con una oferta audiovisual novedosa, entretenida, y que contribuya a elevar la difusión de los bienes culturales en sectores importantes de la

⁵⁴ Laura Arley La televisión educativa en pañales. periódico El Nacional, Enero de 1995, pag. 6.

⁵⁵ Ibidem, pag. 6

sociedad. Su programación se distribuye de la siguiente manera: 20 % de apoyo educativo, 25 % culturales, 16 % informativos y 39% recreativos.

4.- Edusat.

La televisión educativa tiene una larga trayectoria en México que inicia en 1968 con la transmisión de los primeros programas de telesecundaria a través de un canal privado (Televisión canal 5) en señal abierta, basado en un sistema de microondas. Su objetivo inicial consistió en abatir el rezago educativo de las comunidades rurales e indígenas donde era difícil el establecimiento de escuelas regulares. Se implantó así un primer modelo de educación secundaria a distancia, escolarizado, en el que la Televisión desempeña un papel relevante. En la actualidad, la telesecundaria cuenta con 13,045 escuelas y 38,000 docentes que atienden a más de 80,000 alumnos en el país.

El empleo de la televisión vía satélite en el sistema educativo nacional, se inicia con el Sistema de Educación Regional Latinoamericano (SERLA); este proyecto no paso de ser un conjunto de esfuerzos compartidos en materia educativa. Otra propuesta interesante es la Televisión Educativa Iberoamericana (TELEVISIONI) que contó con el soporte del satélite español Hispasat; este proyecto pretendía unir a los diferentes países de la región a través de la transmisión vía satélite de programas de corte educativo producidos en varios países latinoamericanos. Además se retomaron experiencias de países como India, Brasil e Indonesia, que usaron sus propios satélites para unir amplias regiones de sus territorio nacional.

Desde 1985 cuando se pusieron en órbita los primeros satélites mexicanos Morelos I y II, la SEP inició los preparativos para transmitir programas de televisión de corte educativo. Desde 1992, con la señal analógica, se transmitieron a través del satélite Morelos II los primeros programas de la SEP. El Canal 11 del IPN sube al satélite por cable y pocos años después se incorpora el Canal 22 del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA).

La Red Satelital de Televisión Educativa (EDUSAT) nace como una necesidad de incorporar la educación al mundo de la tecnología y la globalización de la información. Se encomendó al Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE) y a la Unidad de Televisión Educativa (UTE) esta responsabilidad iniciando sus transmisiones a partir del 5 de Septiembre de 1994. Cuentan con un sistema basado en tecnología de comprensión digital, con capacidad para transmitir hasta 16 canales a través del Satélite Solidaridad I. Actualmente transmite ocho canales de Televisión y 24 de audio. Los canales 11, 12, 14 y 17 son administrados por UTE, y los canales 13, 15, 16 y 18 laboran en las instalaciones del ILCE.

La red EDUSAT cubre la República Mexicana, Centroamérica, parte de Sudamérica y el sur de los Estados Unidos; con la instalación del " satélite SATMEX en enero de 1999, su huella cubrirá prácticamente todo el continente americano, lo que permitirá extender su cobertura y atender a nuevas audiencias, ampliar su programación y ofrecer nuevas opciones en materia de televisión educativa y cultural."⁵⁶

Entre las instituciones educativas que participan en la estructuración de los diversos programas que transmite EDUSAT se encuentran : la Unidad de Educación en Ciencia y Tecnología del Mar, la misma SEP con el Programa de Actualización al Magisterio, el Consejo Nacional para el Fomento Educativo, el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, el CONACYT, la Dirección General de Educación Tecnológica e Industrial, Televisión-UNAM, la Subsecretaría de Educación e Investigación Tecnológica, la UPN con sus licenciaturas y maestrías, Televisión Educativa Iberoamericana y la Televisión alemana Deutsche Welle.

Las líneas de acción de la red se encuentran sustentadas en el Programa de Educación a Distancia (PROED), incluido en el Programa de Desarrollo Educativo 1995-2000 cuyos propósitos son impulsar la incorporación de los medios electrónicos y computacionales en el medio educativo. Hasta ahora su campo de acción es bastante amplio tomando en cuenta el análisis anterior, lo que le ha faltado al programa es una adecuada evaluación sobre la pertinencia del mismo; no se han realizado reuniones a nivel estatal para tomar en cuenta estas perspectivas; tampoco a nivel regional y menos en lo nacional, parece un elefante enorme en materia de costos e inversión tecnológica. Así, se hace necesario tener un programa para poder conocer el grado de impacto del proyecto.

Podría parecer un programa más elaborado en lo educativo o, lo que es peor, un proyecto sólo de relumbrón sexenal. Hasta ahora no se ha tomado en cuenta a los maestros para la elaboración de los programas, no se les ha brindado ningún curso de Educación para los Medios, entonces ¿cómo el maestro puede percibir su papel de mediador pedagógico o de comunicador dialógico? Podría presumirse que su modelo pedagógico no va acorde con el de los planes y programa de estudio, dado que parece ser que le dan mayor énfasis a la tecnología Educativa utilizada en los setenta, cuando en los noventa la pedagogía operatoria y el constructivismo forman parte de los planes y programas en nuestras escuelas. Proponemos que dicho programa tenga una mayor participación de los maestros así como de las instituciones en las cuales incide su programación; sobre todo en el caso de la UPN, no se realizado con la SEP ningún encuentro en este sentido.

⁵⁶ Patricia Avila Muñoz. Edusat: tres años de educación vía satélite. Historia y balance. revista Educación 2001 # 43 . México, D.F. diciembre de 1998. pag. 44.

C. Radio y Televisión en Yucatán.

1.- La Radio.

Al finalizar 1921 se llevaron a cabo pruebas experimentales de radiotelefonía en la ciudad de Mérida por parte de los señores Manuel Medina y Eduardo Martínez Cantón; por medio de este grupo experimental se creó la “Asociación de Aficionados Radiotelegrafistas de Yucatán,” siendo su principal promotor Acrelio Carrillo Puerto.

Siendo gobernador Felipe Carrillo Puerto sostuvo conversaciones con el representante de la compañía Hemocutery de Nueva York para comprar una estación de radio para la Liga Central de Resistencia del Partido Socialista del Sureste; cerrado el trato se prepararon para recibir la señal en las antenas de la Escuela Granja de Chuminópolis.

A fines del año de 1924, en el patio de la Liga Central, en las calles 65 x 48, el técnico Juan Martínez Cantón, logró hacer funcionar, con relativo éxito, una estación de radio con potencia aproximada de 300 wats.

Las siglas de aquella estación transmisora fueron CYT y su programación era de divulgación oficial así como también orientaciones a obreros y campesinos como el programa de "Lunes Culturales; terminó su emisión a principios de 1927.

2.- La Radio Cultural : XERUY Radio Universidad y XEPET "La Voz de los Mayas "(INI) .

"Hay que transformar la radio, convirtiéndola de aparato de distribución en aparato de comunicación. La radio sería el más fabuloso aparato de comunicación imaginable en la vida pública, un sistema de canalización fantástico, es decir, lo sería si supiera no solamente transmitir, sino también recibir, por tanto no solamente hacer oír al radioescucha, sino también hacerle hablar. La radio debería en consecuencia apartarse de quienes la abastecen y constituir a los radioyentes en abastecedores".

Bertolt Bretch

La radio cultural se inicia propiamente en los albores de la radio en nuestro país, o sea hace más de cincuenta años, pero su desarrollo y expansión han sido lentos

en comparación con la radio comercial; se circunscribe a los discos, noticias y algunos comentarios y se maneja de acuerdo a una dinámica económica que busca las mayores ganancias.

“Una cosa es difundir culturas y otras crear y ampliar la vida cultural. Se ha concebido a la radio comercial como un vehículo de difusión y la radio cultural, por su parte, se conceptualiza como un medio de comunicación que más que difundir cultura debe contribuir al desarrollo de la comunidad por la creación y renovación de la cultura, entendiendo ésta como la forma de ser y hacer de un ser humano y de un grupo”.⁵⁷

La radio cultural, vista de esta manera, debe funcionar como un medio de enlace entre los miembros de una comunidad; como un medio productor de mensajes cuyo contenido cultural sea adecuado e inviten a la participación de la gente; como un medio dirigido no a una masa, sino a individuos poseedores de ciertos intereses y determinadas necesidades; se espera que la radio cultural busque el orden y la calidad de sus mensajes, más que la cantidad de los mismos.

a) La XERUY de la Universidad Autónoma de Yucatán.

Esta emisora fue fundada en 1966 y ha pasado por crisis de diversa índole y magnitud hasta alcanzar a la fecha, un estado de cierta estabilidad. Es significativo el que los equipos e instalaciones técnicas de la XERUY superan en calidad y cantidad por amplio margen a los de las estaciones comerciales e incluso su potencial es de 10,000 watts, con los cuales es factible cubrir buena parte de la Península. El personal que labora en la emisora son por lo general miembros de la Universidad, es decir, maestros y alumnos que en este caso cumplen funciones técnicas y de dirección.

En el género del periodismo radiofónico, XERUY cae en la misma lógica de formato que la radio comercial. La información local es mínima y en la mayoría de los casos coincide con la transmitida por la radio comercial (boletines de gobierno, descripción de actividades de las autoridades, obras públicas, etc.)

No hay información formadora de opinión sino sólo el relato de hechos, la mayor parte de las veces, extemporáneos e inoportunos. No es común que se aborden géneros periodísticos como las entrevistas significativas, reportajes o crónicas.

En lo particular considero que no cumple con la misión que debe tener una radiodifusora de este tipo, con lo cual se desaprovecha todo lo positivo que pudiera tener, como lo es

⁵⁷ Cristina Romo.Op. Cit._pag. 8

el desperdiciar el talento universitario que tiene a su disposición, para prestar un servicio social a la comunidad en la cual se desenvuelve. Lo más penoso, es que los sondeos de audiencia colocan a las Radiodifusoras Universitarias, en los últimos lugares y los estudiantes de las propias Universidades, son los que menos escuchan las emisoras.⁵⁸

Digna de mención es una emisión titulada "Una radio para todos" que ocupa un lugar preponderante en la programación, ya que pasa diariamente de 9 a 12 hrs. y consiste en programar música de éxito en la radio comercial como son las baladas en español, supuestamente para atraer más auditorio. A esta situación el investigador Pedro Díaz se pregunta: "¿el objeto es entonces competir cuantitativamente con la radio comercial?; si "Una radio para todos" es música, hecha éxito por la radio comercial, ¿la demás programación no es para todos?"⁵⁹

En opinión del mismo autor, si es así, se está cayendo en un elitismo poco honesto; ya que dentro del supuesto de que las Universidades deben ser precisamente órganos de estudio y conocimiento de la realidad y por lo tanto deben reflejarla, la expectativa es que se desarrolle una radio autónoma, creadora y que invite a participar con ella en el mejoramiento de una sociedad. Sin embargo, en el caso de la radio XERUY de la Universidad Autónoma de Yucatán, "su formato es similar al de la radio comercial, difunde pero no se crea, al difundir música y contenido no del todo populares, cae en ese elitismo o segregación que deja mucho que desear, ubicándola en el último lugar de popularidad".⁶⁰

Dentro de los intentos por acercarse a la problemática de la comunicación, recientemente convocaron a través de la Universidad de la Laguna, España, a un Doctorado en Ciencia de la Comunicación, en convenio con la Facultad de Antropología de la Universidad Autónoma de Yucatán. Este espacio académico deseamos sirva para poder mejorar los quehaceres tanto de la radio como de las actividades propias de difusión de esta institución.

Digno es mencionar las charlas realizadas en el mes de septiembre de 1999, organizadas por el rector Dr. Raúl Godoy y el Antrop. Irving Berlín Villfaña con el Professor Armand Mattelart de la Universidad París-8 y el comunicólogo Bernardo Díaz Nosty de la Universidad de Málaga, este encuentro resultó un parteaguas en el mundo académico de la UADY, hacía décadas que no llegaba a sus aulas un filósofo de la comunicación a plantear el papel de las Universidad, en materia de la

⁵⁸ Díaz Martín, Op. Cit p.80

⁵⁹ Ibidem. pág. 82

⁶⁰ Ibidem. pág. 182

producción, consumo y circulación del conocimiento. Ahora deseamos a los estudiosos de la temática del doctorado dieran a conocer sus trabajos, y percibir cuáles son sus compromisos con la sociedad. A ver si son capaces de tomar los medios para producir conocimientos y difundir cultura, o sólo se van a quedar a pensar en sus "burbujas de aire acondicionado" —como diría el maestro Mattelart— de sus cubículos sobre la problemática, creando minifundios del saber sin compartir con quienes tienen su compromiso, el Pueblo, ojala que no suceda este quehacer endogámico que ha generado tantos círculos perversos en la Academia.

b) La XEPET “La voz de los Mayas”⁶¹

Esta estación, que maneja el INI, fue fundada el 29 de noviembre de 1982 y transmite desde la villa de Peto a 160 kms. al sureste de Mérida, en la banda A.M., en la frecuencia de 740 kilohertz y con 10,000 watts de potencia efectiva. Gracias a esta potencia cubre alrededor de 120 kilómetros a la redonda, y aproximadamente 1,340 comunidades de la zona maya en los estados de Yucatán, Campeche, el vecino estado de Quintana Roo y Belice.⁶²

Sus objetivos son:

- Promover el desarrollo sustentable para el mejor aprovechamiento de los recursos naturales.
- Participar en la difusión, promoción y defensa de los derechos del pueblo maya.
- Colaborar en la instrumentación de programas de salud social.
- Informar del acontecer regional, nacional e internacional.
- Apoyar los procesos educativos.

⁶¹ Los datos proporcionados se obtuvieron en entrevistas personales con los responsables de la emisora, y en continuos intercambios de impresiones sobre el papel de la radio. Actualmente el Lic. Angel Díez cumple con su compromiso con la sociedad en Radio Cuetzala ayudando a los damnificados de esa región devastada por la lluvias.

⁶² Antony Castels y Talens Indigenous Radio in México, Latinamericanist, Center for Latin American Studies, University Of Florida, December 1993, p. 6

- Difundir los programas y actividades de las organizaciones, instituciones y dependencias.
- Constituir un espacio de entretenimiento.
- Propiciar la producción de programas de radio elaborados por la propia comunidad.
- Promover la participación de la sociedad en la planificación y evaluación de las transmisiones de la radiodifusora.
- Brindar a la comunidad capacitación y asesoría en el ámbito de la comunicación.
- Contribuir al fortalecimiento y desarrollo de la cultura maya mediante la difusión y fomento de sus diferentes manifestaciones.

La programación es radicalmente diferente a la de todas las estaciones del estado, primeramente porque está guiada por el objetivo de apoyar y mejorar por completo la vida de las comunidades cercanas sin descuidar los aspectos de diversión y esparcimiento. La programación tiene un perfil definido por el mismo auditorio; para dar respuestas a las necesidades y hábitos culturales de las diferentes audiencias representadas en un órgano denominado Consejo Consultivo que funciona desde 1990. Anualmente realizan foros de consulta en la que participan organizaciones de Yucatán, Quintana Roo y Campeche.

La estación transmite de 7 a 19 hrs., y repartidos en la semana pasa un total de 26 programas, de los cuales el 80% son producidos por ellos mismos. Entre estos programas destacan los didácticos sobre la lengua maya, los de orientación agrícola y pecuaria, de estampas o de comentarios sobre la vida y costumbres de la región, medicina tradicional, narrativa oral, mujeres, los servicios a la comunidad y los noticieros con información local. La música sólo ocupa un porcentaje limitado en la programación y más bien sirve de enlace entre un programa y otro. Hay que destacar que todos los programas son bilingües (español y maya).

Todo lo anterior implica un arduo trabajo de producción. Tanto el productor, programador, locutores y técnicos son personas de las regiones aledañas a las cuales se les ha capacitado para desempeñar sus funciones. El departamento de investigación de la emisora está dirigido por un antropólogo y continuamente levanta encuestas y realiza entrevistas y sondeos de opinión en las comunidades cercanas para conocer sus gustos y necesidades y de acuerdo con los resultados ir ajustando la programación. El anterior es el único caso detectado entre todas las radiodifusoras

del estado, de esfuerzo y trabajo organizado para conocer mejor el perfil de los oyentes. De acuerdo con su Director hasta inicios de 1997, Lic. Angel Díez, (actualmente es el Lic. Víctor Canto), el 100% del auditorio prefiere la música tropical (en especial las cumbias) y las canciones rancheras. Su programación musical está basada en esos resultados pero sin descuidar otros géneros musicales. Los locutores, redactores y comentaristas manejan un lenguaje fluido, agradable y accesible; entre ellos destacan: María de Lourdes Azarcoya, Ligia Marín, Gonzalo Uc, Amadeo Cool, Filemón, etc.

La programación busca la participación activa y libre del público (no ofrecen regalos ni premios); por ejemplo, en programas de orientación agrícola; se invita a campesinos de la región a dar sus consejos u opiniones; en los programas dirigidos a los niños participan activamente los chicos de las inmediaciones. Al inicio la respuesta del público comenzó débil pero ha ido en aumento a medida que se perfeccionan las estrategias y los programas.

Los responsables de la estación consideran que la competencia de las estaciones comerciales que se escuchan en la región no es determinante en su labor ya que su objetivo es servir al auditorio y con base en ello buscar la popularidad en la emisora. El nivel de audiencia es más alto que el de las emisoras comerciales.

La emisora cuenta con un servicio de biblioteca y discoteca abiertas ambas al público a quien se le invita continuamente a usarlas. Su trabajo es creativo y busca la originalidad; o son ajenas a la estación las presiones internas y externas de diversas índoles, en especial económicas y políticas, y se ha luchado por mantenerse en una línea objetiva.

Existe un anteproyecto para retransmitir dicha difusora en la Ciudad de Mérida pero, en opinión de los responsables de la emisora, ante los intereses comerciales y políticos no se ha logrado concretar formalmente. Aunque gracias a las gestiones realizadas cuando fue director Ángel Díez, se ha establecido un convenio con Radio Solidaridad y transmiten un programa en lengua maya a una hora inapropiada.

Cuando el Proyecto Multimedia realizó un taller en el mes de Julio de 1995, invitó al ex- Director Ángel Díez a participar en él. Fueron tan gratas sus experiencias y comentarios, que más adelante los maestros Guadalupe Hernández Luviano y Javier Arévalo Zamudio efectuaron el curso de "Educación para los Medios", dirigido al personal de la difusora en la población de Bacalar, Quintana Roo, del 1º al 3 de diciembre de ese año, con motivo del XII aniversario de la radio; en él también participaron personal de la radio XEPUJ "La voz de la selva", de Xpujil, Campeche.

De los frutos de estos intercambios, el equipo de la radio comenzó a aplicar las estrategias del proyecto, y realizaron prácticas de cabina con niños, y programas dirigidos por infantes.

El Proyecto Multimedia llegó así a los albergues escolares del INI, en donde se instalaron de manera experimental radios de poca frecuencia para transmitir a la comunidad. En la instalación de la radio de Chemax estuvimos presentes, acompañando al técnico Pedro Suaste.

Actualmente operan ya cuatro señales, a saber: XHCHE, que funciona en el albergue Dr. Alfonso Caso de Chemax; XHYAX "El despertar de los niños mayas", en el albergue Cecilio Chí de la hacienda de Yaxcopoil, municipio de Umán; XHS "La voz del niño maya", en el albergue Justo Sierra Méndez, en San Antonio Sodzil, municipio de Sacalum y la radio XHSMH llamada también "El despertar del niño maya" en el albergue José Martí, de Samahil.

3.- Televisión (privada): Canal 2

Uno de los acontecimientos más importantes en Yucatán, en materia de comunicaciones, lo fue sin duda la introducción de la televisión el día 31 de enero del año de 1963. Después de una semana de pruebas que causaron conmoción en Mérida, un grupo de hombres de negocios encabezados por el C.P. Andrés García Lavín y Antonio Serhant puso en marcha el Canal 3 XHY Televisión.(actualmente canal 2).

Las comunicaciones por televisión se expandieron en el año de 1973 cuando las empresas de la capital de la República establecieron su trascendental "proyección nacional", enlazando sus programas a horas determinadas, con las estaciones del interior del país.

Actualmente, la mayor parte de la programación del Canal 2 local es extranjera; de ella, nueve son de entretenimiento, apenas dos musicales, dos informativos (uno de los cuales adquirido a Televisa), dos deportivos, uno social y el otro religioso que entró al aire hace poco tiempo, cuando la Iglesia Católica nombró a un nuevo Arzobispo, el doctor Emilio Berlie Belaunzarán.

Su audiencia es en su mayor parte adulta, pues de todos los 17 programas que transmite, ocho son para mayores, uno para niños, tres para jóvenes y cinco para públicos heterogéneos, en la investigación realizada "Sin televisión no podré vivir"

por el periodista Rafael Gómez Chí del periódico Por Esto!⁶³, quién no encontró facilidades por parte de los dueños para obtener mayor información.

4.- Sistema Tele Yucatán, S.A. Canal 13 (Trecevisión).

El canal 13 de Mérida (Trecevisión), fue inaugurado como canal comercial en el mes de febrero de 1970 por el entonces candidato priísta a la Presidencia de la República, Luis Echeverría Alvarez.

La empresa Sistema Tele Yucatán, S.A., lo opera, desde su constitución y fue creada por un grupo de empresarios del centro del país, mismos que se declararon en quiebra aproximadamente a los dos años de que el canal iniciara sus transmisiones. El grupo Bancario Somex continuó operando esta televisora, como administrador de la quiebra, hasta 1981 cuando el Gobierno del estado de Yucatán, con Francisco Luna Kan como titular, decide comprar la totalidad de sus acciones.

De esta manera el gobierno estatal adquiere una televisora local que como organismo no pierde su carácter de sociedad anónima y como canal tampoco su condición de concesionado. Esta es una circunstancia "sui géneris" que caracteriza a esta televisora estatal con respecto a las demás que integran este trabajo.

Trecevisión se convierte así en uno de los pocos canales estatales de la república que opera mediante el régimen de concesión y no de permiso, situación que le permite manejarse como canal comercial aunque sea gubernamental.

El canal 13 mantiene convenios con otras televisoras del país e intercambia programación, pero la mayoría de lo que proyecta es de corte local y tiene aceptación entre la población, esto se mide por el número de llamadas recibidas, alcanzando según el interés, entre las 80 y 200 llamadas. Su programación consta de 19 producciones de las que 18 son locales y una nacional. Se subdivide en dos programas comerciales, tres deportivos, seis culturales, dos informativos, dos musicales, uno de debates y uno de entretenimiento. Siete de los programas están dirigidos al público adulto, seis al joven, dos a jóvenes y adultos, tres al infantil y uno para niños y jóvenes.

Llama la atención que dos o tres programas acaparen en promedio la mitad o más de la producción local. Tal es el caso de "Variedades del 13" y "El tío Salim", en los inicios de los noventa. Actualmente realizan un programa musical, "Vamos a bailar al 13", todos los domingos, el cual tiene gran aceptación porque el público

⁶³ Rafael Gómez Chí. Televisión, objetos de consumo. sección Unicornio. Periódico Por Esto!. 24 de mayo de 1996, pag. 18

participa, éste es realizado en diferentes partes de la ciudad o en otras comunidades, con grupos musicales y en vivo. Se han dado intentos de generar una programación más variada pero el canal carece de un proyecto en lo interno tanto de parte de los trabajadores, como del Gobierno del Estado que, prácticamente, subutiliza este valioso medio que debe estar al servicio de la comunidad, convirtiéndolo en un simple vocero de acciones oficiales.

Los programas bilingües, que incluyen lenguas indígenas de la región, son muy contados. De las televisoras locales solamente el Canal 13 de Mérida presenta dos programas en lengua maya y en español. Se tratan de un programa sobre la enseñanza de la lengua maya, patrocinado por la Secretaria de Educación, con un formato poco adecuado para la televisión y del "Noticiero en Maya", un informativo semanal de media hora, a cargo de la abogada Julia Xicum, con información de carácter oficial y con poco interés para la comunidad maya parlante a quienes supuestamente va dirigido dicho noticiero; con un estilo periodístico plano al plantear la noticia, sólo dan a conocer al teleauditorio las actividades del Gobernador del Estado y de los funcionarios. No manejar ningún género periodístico, menos la participación activa del televidente, como encuestas, sondeos y entrevistas, sencillamente la noticia que conviene.

En este canal tuve la oportunidad de colaborar con el periodista Antonio Moreno en el programa "Punto de Vista" durante un año; éste tenía una variedad de temas abordados con la participación de especialistas, en trato directo con el público, a través de una comunicación a teléfono abierto; se trataba de buscar la interactividad con el auditorio. Es una experiencia estar detrás de las cámaras, en contacto directo con el floor manager, los camarógrafos, el sonido y todos los que prestan alguna actividad directa e indirecta con el programa, sobre todo ante las carencias propias de los materiales y los equipos; dicho staff televisivo se suple con la imaginación y creatividad para poder transmitir los programas de esta televisora local; estos son algunos de los héroes anónimos: Enrique Novelo (Jefe de Piso), José Bermejo (Audio), Abel Bojórquez (Director de Cámaras), Amado Marín (Asistente de Producción); Castillo, Marcelo Aranda, Demis Chan, Toraya, Peraza, Marcos Valdés (Camarógrafos), y otros, quienes hacen posible llevar al cabo la programación cotidiana del canal 13.

El programa "Usted tiene la palabra", fue conducido por el maestro Lorenzo Salas (ex-asesor de la UPN y actual Director de la Escuela Normal Superior de Yucatán); con él se abrió un espacio para la presencia de educadores en la televisión. Dicho programa en poco tiempo se colocó dentro de la audiencia, abordando temas diversos con un estilo ameno y fresco, evitando estereotipos. Ha sido tanto el interés de la sociedad cuando abordan temas educativos, que debe existir un programa dedicado a esta problemática con un enfoque agradable y con análisis de especialistas de todas las instituciones del estado, evitando difundir sólo las actividades del funcionario en turno, y procurando el contacto directo con la comunidad en general.

Otro programa interesante es: "Los Recuerdos", fue creado con la intención de difundir nuestras raíces y cultura, a través de leyendas, música, espectáculos, documentales (material hemerográfico, videos, fílmico); con el objeto de captar la atención de todas las generaciones yucatecas, conjugando la cultura con el entretenimiento. Para lograr y consolidar sus fines, la productora Lic. Ileana Manzanilla realiza un calendario de acontecimientos importantes de la época y de personajes que contribuyeron en la evolución política, social y cultural de su entorno. Asimismo, abarcan temas que repercutieron en el quehacer social emeritense.

Posteriormente, se realiza un trabajo de investigación, se consultan libros de historia, se realizan entrevistas con personas que puedan aportar algo nuevo o corroborar lo ya investigado, se recurren a periódicos y revistas de la época y en numerables ocasiones a testimonios. Una vez terminada esta etapa, se buscan las imágenes (videos, filmes, periódicos, fotografías, pinturas) que puedan apoyar el guión y brindar a las nuevas generaciones una fuente videográfica de su historia y para las antiguas generaciones volver a recordar la Mérida de antaño, con sus costumbres, tradiciones, evolución, su música, sus compositores, personajes aún sin el reconocimiento debido y por supuesto con la presencia en el estudio de invitados conocedores profundos de los diferentes temas que se abordan o de gente que hizo y hace nuestra historia.

CAPÍTULO IV
UN CAMINO HACIA LA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS

“Hay dos tipos de radio: la que se dedica a la enseñanza y la que pretende desarrollar la cultura. La primera enfrenta cambios sexenales que originan que muchos de los proyectos empiecen a zozobrar y la segunda, dificultades de tipo económico. La última no puede comercializar su tiempo. Se nutre de subsidios nunca suficientes. No se atiende a lo que se requiere, sino a lo que el presupuesto permite. Otra limitante es la cuestión ideológica. Se llegan a producir valores no propios. En lo que se refiere a la competencia, se puede decir que no existe, aunque algunos de los dueños de radiodifusoras comerciales la llegan a sentir, agrado tal que buscan hacer "sandwich" a las señales culturales”.

Manuel Angel Diez Mendoza

Ex-director de XEPET "la voz de los mayas" y actual director de Radio Cuetzala, Puebla

“En tiempos de Galileo, un científico conocía todo lo que ocurría en el mundo. Cuando descartes escribió El discurso del método, no se sabe cómo, al cabo de dos o tres meses todos los demás lo habían leído. Había una rapidez de información excepcional. Pero a partir de los siglos XVIII y XIX, la producción científica se multiplica a tal forma que hoy ningún científico conoce todo lo que se produce en su ámbito científicouna de las características de nuestro tiempo es que puede aplastarnos el exceso de información. Muchas veces me digo: no este libro no quiero leerlo. No pienso ir a ver tal película; no tengo intención de ir al teatro; no quiero ver este programa de televisión ¿ por qué? . Porque me planteo la hipótesis de que no me sirve y no quiero ocupar una parte de mi cabeza con algo que no me sirve. Si me equivoco, paciencia”.

Umberto Eco

CAPÍTULO IV

UN CAMINO HACIA LA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS

A. Educación y cultura de la imagen.

De las revoluciones culturales, la primera surge con la invención del alfabeto; éste ayudó a crear un estado mental apropiado a este quehacer, porque proporcionó la infraestructura para la información acumulativa a través del conocimiento; se consagra el triunfo de la ciencia y la consagración del mundo identificado con la razón. Esto también provocó que se dividieran los sentidos; anteriormente la voz representaba el vehículo mas importante de comunicación; los cantantes, trovadores, la recitación en los griegos, la tradición popular transmitida a través de la voz. Ahora, por un lado podía estar la voz y por otro la vista al estar leyendo; sus tiempos son diferentes, nos plantea Marshall McLuhan en *The Gutenberg Galaxy*: "In antiquity and the middle ages was necessarily reading aloud". La palabra leer se relaciona con legere que significa al mismo tiempo audiere, de tal manera que leer en voz baja se desconocía en la edad media.

"Actualmente la revolución consumada es la de la imagen, que presupone una decadencia de la escritura y la lectura como la conocemos tradicionalmente; ante este hecho se consagra la lucha por el conocimiento, éste transformado en información, y vuelto realidad en la computadora, el hardware y el software".⁶⁴

Alvin Toffler retoma el Knowhow y lo relaciona con el poder de manera excesiva, reconoce que se puede manipular la información; con este hecho nos encontramos ante la cuarta revolución, la de la información y del conocimiento. Toffler entiende que el poder está tomando nuevas formas, mientras las anteriormente conocidas están sufriendo fracturas. En este ámbito tenemos que la manera tradicional de educar ya se transformó, entonces el maestro debe ubicarse en otro rol adecuado a los tiempos, en caso de no hacerlo será prácticamente rebasado. También puede ser que Toffler pretenda crear un ambiente de inseguridad e inestabilidad, de no-gobernabilidad, para justificar "el determinismo de la tecnología", como reflexionó el

⁶⁴ Educación y medios Revista *Educación* 2001 # 40, Septiembre de 1998. México pag 30.

Profesor Armand Mattelart en charlas efectuadas en el mes de septiembre de 1999 en la Universidad Autónoma de Yucatán .⁶⁵

Toffler predice su libro Powershift el colapso del poder centralizado en Japón, este país reaccionaría lentamente ante la velocidad de los movimientos financieros, tal vez de ataques especulativos, los cuales forzarán la desestabilización de su economía. Nos dice que: "The substitution of information or knowlledge for brute labor, in fact, lies behind the troubles of General Motors and the rise of Japan as well".⁶⁶

Esta situación nos lleva a pensar hasta dónde vamos a llegar con una comunicación tan vasta en la era de la información, tan impersonal y anónima. Con su capacidad global difunde sin límite, para todos, y no se conoce ni se quiere conocer al receptor, que puede ser cualquiera: un niño, un adulto, un anciano, todos están sin rostros, tal vez aparezcan con máscaras. Lo que trasciende es el mensaje para el "hombre masa", las comunicaciones no son concebidas para una persona determinada sino para masas. Otra característica de este mundo anónimo son: su gran capacidad para generar noticias, transmisión casi instantánea, fragmentación de la noticia, sin selectividad y orden de transmisión; esto cambia el concepto del hombre en este siglo XX pues ha cambiado la cantidad de información recibida, el bombardeo de imágenes, las ideas y los conocimientos que pueda manejar la persona del siglo XXI.

Ante esta explosión social de información, la relación familiar se ha modificado, ha cambiado la noción misma de infancia ante la cantidad y calidad de imágenes que puede recibir el niño y sus propias circunstancias. Se han generado en una primera fase gigantescos esfuerzos para alfabetizar y escolarizar al mundo, que requería la modernización a fines del siglo XIX, pero ante el cambio de la palabra escrita en imágenes resulta indispensable generar otro tipo de alfabetización.

Actualmente las palabras son ideas, con condensaciones de la experiencia de los hombres, representan conceptos, exigen a la mente un esfuerzo de relación entre signo y significado, son una puerta que permite el vuelo a la imaginación, la inteligencia humana, al pensamiento y al conocimiento. Las imágenes no son propiamente conceptos, por lo tanto no generan un discurso lógico, más bien apelan a la emoción y a los sentimientos. La televisión puede ser usada para explicar ideas, pero el formato no se ajusta al mensaje por lo complejo de utilizar el medio con textos escritos; teniendo en cuenta que la televisión se basa en velocidad de la imagen y no permite el uso de un código analítico como el que exige la lectura, la imagen requiere

⁶⁵ Diálogos Armand Mattelart- Díaz Nosty .Septiembre de 1999. auditorio de la Universidad Autónoma de Yucatán

⁶⁶ Alvin Toffler Power Shift Ed. Bantam Books, Nueva York,1991. pag. 9 .

recepción, no concepción. La imagen entonces emociona, no hace pensar; hay autores que se atreven a decir que mientras "vemos imágenes la mente duerme".⁶⁷

Nos enfrentamos ante una lucha en donde todo el esfuerzo realizado para alfabetizar puede ser contrarrestado por los medios electrónicos. Para Roland Barthes la imagen de los mass media ha introducido un elemento de irracionalidad, persuasivo y constante, dentro de los asuntos humanos.

Ante el fenómeno de la nueva infancia, se dice que los niños de hoy son más inteligentes, sobre todo ante la precocidad que muestran los pequeños. Lo que sucede es que los infantes están sometidos a un entorno lleno de estímulos nuevos y la televisión representa una ventana que les permite asomarse al mundo de los adultos; prácticamente nada escapa a su mirada en una edad que se aprende vertiginosamente. En el mundo infantil todo ha cambiado; los videojuegos, los juguetes electrónicos y la televisión han roto con las antiguas tradiciones de la niñez y han creado un nuevo ambiente en los hogares, sobre todo de las urbes, en donde hay pocos espacios para los juegos de los niños.

Es complejo el supuesto de la separación entre la niñez y los adultos porque podemos justificar que se ha borrado esta línea. Hoy se puede ver niños que trabajan, crímenes infantiles, suicidios, depresión infantil y la identidad del niño-adulto en su manera de comportarse, vestirse y de hablar; tal vez se trata de acomodar la vida del niño a la concepción y cambios del mundo del adulto. Ahora es difícil comprender los síntomas de depresión infantil, sobre todo en los países que han entrado a la globalización electrónica, así como la violencia que se empieza a dar en las escuelas. Junto a estos síntomas, el fenómeno del suicidio va en aumento; hay que tomar en cuenta que los niveles de competitividad, eficiencia y exigencia son cada vez mayores para estos jóvenes y estos conceptos les son impuestos a través de los medios electrónicos.

El impacto de los fenómenos culturales sobre la neurosis y la salud mental de los hombres modernos corresponden a las condiciones culturales asociadas al industrialismo y la supuesta modernidad; por ejemplo, la competencia económica que se proyecta como valor universal y genera secuelas de rivalidad y conflictos en la escuela, familia y el trabajo; esto nos debe llevar a reflexionar sobre cuál es el costo social que hay que pagar por estos procesos.

⁶⁷ Revista # 40 , ibíd pag.31

B. Recursos de la televisión.

La televisión representa aparentemente el recurso más confiable de información para el público; el problema es que cada medio selecciona lo que presentará en su información, de acuerdo a sus criterios políticos, ideológicos y económicos, sujetos a intereses particulares sobre los de la sociedad; presenta situaciones complejas que hace a la gente no sentirse parte de las mismas, y no poder influir en su transformación para participar en el cambio del orden establecido. Entre las principales características de la TV actual están los siguientes:

- Promueve situaciones artificiales, creando acontecimientos y desapareciendo otros (minimiza o maximiza la noticia de acuerdo a las políticas de la empresa).
- Deciden cuál noticia transmitir, después de una larga lista de noticias potenciales a cubrir. Según la "importancia" tarda hasta dos minutos o menos de 20 segundos.
- Las decisiones para presentarlas toman en cuenta las reacciones de los espectadores en el mundo en que viven y le dan a éstos lo que ellos quieren ver de acuerdo a su formación personal, sus valores, actitudes, expectativas de vida, etc. Esto se presenta de acuerdo al nivel del espectador, su clase social, género, sexo, edad o nivel económico, y nos lleva a cuestionar sobre la facilidad de manipular a la sociedad mexicana.
- Genera una falsa impresión de que los problemas han sido resueltos, abordando temas intrascendentes o de moda, el día de reyes, la navidad, san Valentín o la ecología, estando más interesados en " Getting the picture than getting the history".⁶⁸
- Se da preferencia a noticias de acción como un carro incendiado, una bomba, un secuestro, hechos de guerra, crisis política, que a hechos que trasciendan a la sociedad.
- Remarcan figuras conocidas o centrales de líderes políticos, artistas (el Presidente de México, de Estados Unidos, Rusia, Inglaterra, Francia, Japón, España), o sea, personalidades de países centrales dominantes.
- Resaltan en lo social las figuras que representan status, modelos o roles ideales a alcanzar: los blancos, jóvenes elegantes y supuestamente felices; lo triste, lo feo o lo negro no es parte de ese contexto, es la antítesis a alcanzar; y en el caso de no obtenerla se pasa al mundo de la obscuridad, de la nada, corriendo el riesgo de no

⁶⁸ Charles Ungerleider, Television and Society. And Investigative Approach. Edit. Irwin Publishing. Canadá 1985.p.108

ser nadie; por lo tanto, para "tener" o "ser" hay que tener una razón para justificar dicha existencia. Existe un reforzamiento de modelos a través de líderes conocidos (un liderazgo de imágenes ideales que llenan vacíos compensatorios, supliendo la falta de belleza, poder, status, seguridad, dominio, etc). En cambio ignoran los problemas de personas desconocidas, marginadas, y todo aquello que no sirva para darle sustento al "stablishment".

- Entre los grupos raciales diferentes, presentan la violencia remarcando los hechos entre los negros, mexicanos o indígenas, dejando a un lado a los grupos blancos, los que supuestamente son menos violentos. Importa reflejar al grupo en el poder, blanco, clase media alta y urbano; aparente reflejo de los valores comunes del grupo, sus estándares de comunidad, lenguaje y su moralidad.
- Tiene una característica, la INMEDIATEZ; habilidad para transmitir en poco tiempo los sucesos desde el lugar en donde han sido realizados, de tal manera que en media hora presentan un contenido mayor al de una página del periódico; el problema es la forma de su cobertura al no conseguir la amplitud lograda por la prensa. Enfatizan lo visual y el sensacionalismo; a través de la palabra hablada y la imagen hacen al espectador absorber el mensaje de la televisión, por lo cual se acepta dicho mensaje con mayor rapidez y confiabilidad. La televisión tiene más acceso a los hogares que la prensa, cada vez más gente la ve, y cada vez menos gente compra el periódico, por sus costos, por la dificultad de leer o por lo ameno de la presentación.

En lo político, nos dice Marshall McLuhan, "la sala de televisión se ha convertido en una ánfora de votos."⁶⁹ En las elecciones presidenciales de Estados Unidos se dio un debate entre Kennedy y Richard Nixon; para la gente que lo vio, ganó Kennedy porque lucía más atractivo y tenía más estilo que el contrincante; en cambio para la gente que lo escuchó por la radio, resultaba más convincente Nixon por lo efectivo de sus planteamientos; esto nos demuestra que los políticos pueden influenciar en los espectadores más por la imagen que por las propuestas. De esta manera se corre el riesgo de crear otro modelo de político ante la influencia de la televisión, valorando el estilo y la apariencia o minimizando otras cualidades, sobre todo desacreditando el papel de compromiso con su sociedad. La televisión alteró también la forma y el contexto de la comunicación entre los políticos y el público. Antes el contacto con el público tenía más peso, ahora lo tiene el mensaje. Apelan más a las emociones de los votantes que a su inteligencia.⁷⁰

⁶⁹ Analysts alarmed TELEVISIÓN influence on politics. They suggested that, with television to be elected required a positive personality. Style was replacing ability as requirement for political office. Uncharismatic people like Abraham Lincoln would not be elected. Ungerleider, *Ibíd.* pág. 137

⁷⁰ Según Goebbels: "Los mensajes deben ser aprendidos con facilidad,... ha de utilizar el blanco y el negro, de lo contrario no resulta convincente para la gente, el principio de simplificación lo aplicaba a todos los

Para evitar el manejo político de los votantes, en Canadá sólo comienzan las campañas 20 días antes de las elecciones y finalizan dos días antes de las mismas, procurando de esta manera balancear los derechos de los ciudadanos de ser informados sin prejuicios. Las cadenas que violan estas disposiciones pueden suspenderle la licencia de transmisión, evitando la manipulación de las transmisiones políticas.

Cuando se trata de abordar los comerciales nos enfrentamos a la competencia cada vez mayor por conseguir clientes para los productores; éstos procuran obtener mayores ganancias, aún a costa de eliminar la calidad de la programación. De los factores que intervienen en esta producción están los estereotipos sociales como: Sexo, Edad, la necesidad de sentirse aceptado socialmente así como las características del modelo de la gente rica o hermosa.

La imagen sexual presenta a las mujeres tradicionalmente con anuncios de productos suaves y a los varones con productos duros. La edad es un importante factor en la publicidad por televisión: la gente joven con frecuencia se preocupa más por su apariencia y sus efectos en el sexo opuesto mientras la gente madura se preocupa por su salud.

La necesidad de sentirse socialmente aceptado, fuerte, y el de identificarse con el grupo a quien se dirige el producto, creando la necesidad de ser más atractivo al sexo opuesto, sobre todo a quienes tienen una pobre imagen de sí mismos, éste es el grupo más fácil de persuadir, con la promesa en lo social y psicológico al usar determinado producto.

Los publicistas saben del cambio de actitudes, gustos, colores y modas en las gentes. Conocen el límite de persuasión en la venta o muestra de x producto y saben que la repetición cansa al auditorio y con el tiempo pierde vigencia.⁷¹

El atractivo es mejor en la presentación que el autoritarismo éste se utiliza cuando se tiene un status de experto (doctores, jueces, profesores). Y lo atractivo se relaciona con lo familiar del televidente. Una familia es confrontada con no menos de 1,450 anuncios por día.

medios, con el fin de facilitar el aprendizaje, las masas son lo importante y no los intelectuales. El pueblo... tiene estados femeninos, que sus opiniones y sus actos son determinados mucho más por la impresión producida por sus sentidos que por la pura reflexión," Moragas Miguel. Sociología de la Comunicación de Masas III. Gustavo Gili. Mass media. Barcelona. 1985. pág. 144

⁷¹ Retomando a Goebbels: "...Creía que la propaganda debe ser repetida hasta ser aprendida por completo y que ulteriormente, era necesaria más repetición para consolidar el aprendizaje... la repetición podría ser innecesaria e incluso indeseable... podían hacer demasiado chillona y por consiguiente, mermar su credibilidad", por lo tanto un tema propagandístico debe ser repetido pero no más allá del punto en que disminuya su efectividad. Moragas Miguel Ibid. pág. 146

En la cultura la Identidad Nacional es parte esencial en la vida de una nación. Debe ser transmitida por los medios de comunicación, asegurando ese carácter de interés de la sociedad. La influencia de los símbolos culturales, prácticas y valores del "American way of life" es cada vez mayor en la cultura de México y Canadá; este país al firmar su tratado de comercio con Estados Unidos dejó claro el papel de la cultura, como parte esencial y defensa ante su vecino del sur.

Entendían que los programas en mayor parte son estadounidenses, por lo tanto son un incorrecto reflejo de la realidad cultural canadiense. Por lo tanto, tienen que cuidar la pérdida de la representación de su propia cultura en la televisión.

En Canadá una gran preocupación es el reflejo de su diversidad cultural ante la constante aparición de ciertos grupos y la ausencia de otros; esto puede influir en la creencia de ser más valuados o menos valuados en la sociedad. O en su caso, remarcar los lados estereotipados de los grupos minoritarios (hispanos, indígenas, negros, asiáticos, etc.).

En Canadá el Multiculturalismo es una práctica oficial de Gobierno desde 1971, garantiza la libertad cultural y la igualdad. En los medios, cuidan las expresiones que denotan un perjuicio cultural al dar una noticia como "angry blacks" o "los judíos se defienden ante el palestino agresor": así como el menosprecio de la clase trabajadora y de la clase rural, como grupos minoritarios reforzado a través de su baja representación como minorías culturales y grupos de bajos ingresos económicos.

Otro grupo de suma importancia para la sociedad lo constituyen los niños: vulnerables ante la falta de experiencia y educación por lo presentado en la televisión. La gente se encuentra preocupada ante los programas de adultos, pues los niños pueden verlos y los prefieren en un momento dado; el problema es que son: violentos, estereotipados e irreales. La televisión da la impresión de una mayor violencia que realmente existe, lo cual provoca una visión catastrófica del mundo en los niños. Esta repetición de imágenes violentas refuerza sensaciones incorrectas acerca de la gente y del mundo. Puede dar la impresión de que es necesario y aceptable usar la fuerza para preservar los valores de la comunidad. Los niños se encuentran expuestos al miedo aislándolos con esta tensión de su realidad. Este incremento del uso de la violencia es para crear y mantener envuelto al espectador, introducido a un mundo dramático realizado para producir una tensión psicológica en su mente. El uso de escenas rápidas, cambios y secuencias de acción son creadas para incrementar la tensión. Afecta a las personas sobre todo con gran tendencia a la agresividad.

La televisión, caja de resonancia de experiencias, corre el riesgo de distorsionar la realidad a través de imágenes presentadas como reales y auténticas; los niños son de los más afectados al no poder discernir.

Ante los problemas cada vez mayores (stress) en lo cotidiano, la "normalidad" no tiene que ser forma de conducta; a veces el comportamiento ante la tensión reviste respuestas agresivas de violencia. Para captar al público no es necesario mantener niveles tan altos de violencia; parte del proceso de receptores críticos es enseñar a la comunidad a ver televisión y analizar sus contenidos para mejorarla.

Los críticos también acusan a la televisión de presentar situaciones individuales, irreales y estereotipadas. En otras palabras, la televisión presenta a la gente como TIPO (tipifica) y homogeniza modelos a seguir.

Dicha presentación se plantea en condiciones menos favorables y más estereotipadas a ciertos grupos; hay quienes argumentan que refuerza el sexismo en el tratamiento de la mujer.

Presentan a la mujer con mucho menos competencia, en situaciones que necesita la ayuda del hombre; sólo interesada en los muebles del hogar, compras de alimentos y en la preparación de comidas; remarcan a la mujer joven e ignoran a las mujeres de edad.

Los hombres estereotipados, interesados en los deportes no en las sinfonías, siempre son fuertes y resistentes, no sensibles y sensitivos. Generalmente se presentan a ambos en una sola dimensión, no reflejan al ser humano en su vasta complejidad y diversidad.

En el caso de las familias, presentan situaciones irreales en donde sus problemas son relativamente pocos y fáciles de sobrellevar, cuando en la realidad los problemas familiares son más severos, tanto en lo económico, cultural, social y de comprensión.

Para las profesiones, los grupos de obreros y trabajadores, (ellos no tienen guía, ni fueron a la escuela, con frecuencia no leen ni escriben) son gente "no interesante", "sin simpatía", en comparación con las personas de alto nivel económico; éstos en cambio son simpáticos, agradables, limpios, inteligentes y con mucha seguridad para desenvolverse en la sociedad.

La escuela promueve la educación mediante un proceso formal e intencionado de enseñanza-aprendizaje, mientras que la televisión lo hace de manera informal y con fines diversos.

Es así como la educación que promueve la escuela tiene propósitos formativos de alfabetización, capacitación, etc., mientras que los medios manifiestan tener únicamente fines de entretenimiento, información, y de orientación para el consumo. Sin embargo, sus contenidos también forman parte del bagaje educativo y cultural de los individuos.

La forma de expresión que resulta más familiar a las generaciones jóvenes de finales de nuestro siglo para adquirir el lenguaje, la interpretación y el significado de la cultura contemporánea, es la de los medios de comunicación: televisión, cine, radio, video y los impresos (historietas, revistas, etc.). Es decir, están más relacionados con imágenes y sonidos que con la letra escrita.

C. La escuela obligada al cambio.

La educación y la comunicación nacen como disciplinas sociales independientes y se desarrollan de manera separada y paralela. El progreso que han alcanzado los medios en los últimos 50 años y la forma y modo que han influido en la sociedad ha sido vertiginoso. Sin embargo, esta modernidad ha sumido más a la sociedad en la dependencia y dominación. Por su parte, las instituciones educativas se han mantenido a la zaga del avance tecnológico a pesar de su largo desarrollo histórico.

La escuela ha sido extremadamente conservadora, y cuando ha introducido cambios, han sido fundamentalmente adecuaciones internas en los contenidos, las formas de evaluación o los métodos de lectoescritura que no rebasan el ámbito escolar. Sin embargo, el momento actual requiere recuperar el contexto externo para incorporar las condiciones de la cultura contemporánea en las que el educando se desenvuelve cotidianamente en donde existen valores sociales, conductas, maneras de enfrentar al mundo que se pueden considerar válidas para todos en situaciones que pueden ser parte del mercado, sobre todo el de los medios.

Los efectos de la televisión sobre los humanos, sean estos niños o adultos, han preocupado a padres y maestros, por la posible nocividad. Pues si bien los procesos de transformación social a veces no se aprecian a corto plazo, las preocupaciones sobre el efecto desintegrador o sobre la influencia que puedan tener los mensajes de los medios masivos sobre nuestra cultura y nuestros alumnos son válidas, en tanto que denotan el interés de los ciudadanos por conocer las consecuencias y efectos que pueden tener los medios sobre su vida y futuro.

Al respecto, podemos pensar que en México, durante la década pasada se debatía el problema de los efectos desnacionalizadores de los medios de comunicación, en particular la televisión y la radio. Se pensaba que los mensajes tendrían una influencia directa sobre los niños y jóvenes imponiendo modelos de conducta y valores ajenos. En este caso, se restaba importancia a los valores y patrones culturales que los jóvenes iban incorporando a lo largo de su vida y que eran reforzados cotidianamente por la familia, la escuela y los grupos de amigos.

En algunos países en los que se da una mayor participación de la ciudadanía, se han organizado grupos o consumidores conscientes del papel que juegan los medios en la sociedad. Se ha logrado influir sobre las decisiones de las empresas productoras para modificar horarios, programaciones o contenidos que se consideran inapropiados para audiencias infantiles o contrarios a los valores e intereses de la comunidad. De esta manera se ha rescatado el derecho de los ciudadanos de sancionar ética y culturalmente los contenidos de los mensajes. En Canadá, uno de los últimos actos del ex primer ministro Brian Mulroney, fue al agregar su firma a una carta suscrita por un millón 300 mil ciudadanos, en la que se exigía el control de las formas notables de violencia en el vídeo y la Televisión. En los E.E.U.U., recientemente se les agregó una clasificación especial a los programas para que el auditorio tenga un criterio sobre el nivel de violencia de los mismos.

D. Sobre el aprendizaje.

El aprendizaje, como condición inherente al individuo, se adquiere por todos los medios: de manera intencional o espontánea, a lo largo de toda la vida.

Aprendemos en la escuela y también en la constante interacción con el mundo que nos rodea. Aprendemos continuamente en las actividades que realizamos día con día pues la vida es un proceso acumulativo de experiencias.

El aprendizaje es un proceso de cambios del individuo: que tiene lugar precisamente dentro del que aprende y, por lo mismo, nadie puede aprender por otro. Se aprende principalmente cuando se tiene interés, cuando se pone atención y esfuerzo en relación con un hecho de valor indiscutible.

La imagen que nos hacemos de la realidad está deformada o codificada por la acción que ejercemos sobre ella; el conocimiento está mediatizado o particularizado por tal o cual forma de actividad humana..Todo conocimiento adquirido a través de una actividad semejante presenta dos aspectos: aporta datos sobre el mundo y sobre la actividad ejercida para adquirir este conocimiento.⁷²

Según Piaget, el aprendizaje implica una mediación selectiva. Es decir, los objetos de conocimiento no se registran y reproducen pasivamente, sino que el sujeto actúa sobre ellos y los percibe a través de esta acción. Jerome Bruner reconoce

⁷² Jeromé Bruner. "Aprendizaje por experiencia directa y aprendizaje por experiencia mediatizada". Antología UPN Pedagogía la Práctica Docente. México, 1988. p.69

diversas formas de aprender dependiendo de la experiencia que enfrente el sujeto: directa o mediatizada.

El aprendizaje por experiencia directa o activa se refiere a la actividad que el sujeto desarrolla sobre el objeto de conocimiento y cuyas consecuencias inmediatas son la fuente principal de la aptitud y el conocimiento.

El aprendizaje por experiencia mediatizada es aquel que se realiza mediante dos tipos de representaciones de la realidad: la icónica, que corresponde al aprendizaje por observación de modelos; y la simbólica, que corresponde al sistema de códigos y símbolos del lenguaje.

El aprendizaje mediatizado, icónico y simbólico, es una experiencia basada en procesos de comunicación humana, es decir, a través de los medios de comunicación o de la acción del maestro; implica una mediación entre el objeto de conocimiento y el sujeto cognoscente. Es decir, el que emite el mensaje ha hecho una selección de aspectos representativos de una realidad, según su punto de vista particular y de los propósitos del aprendizaje.

E. Teorías cognitivas en la comunicación.

La propuesta es la de generar una pedagogía en la cual la comunicación sea el elemento en el aula. En donde existan los siguientes elementos: "emisión, transmisión, recepción, decodificación y mediación, así como la interacción entre profesor y los alumnos, dado que se producen intercambios".⁷³

En este análisis de conocimiento y comunicación, revisaremos las concepciones de Piaget, Brunner, Vigotsky, Gagne y Ausubel.

La aportación de **Piaget** reside en que la acción es constitutiva de todo conocimiento, considerando que el conocimiento es dependiente de la acción y la acción es productora del conocimiento. Por medio de la acción los objetos son incorporados por el sujeto y asimilados a los esquemas de acción. Siente los elementos epistemológicos que pretenden reconocer el conocimiento como un proceso de transformación.

La asimilación no es necesariamente una relación mecánica entre el sujeto y el objeto sino una estructuración activa con vínculos a las necesidades del sujeto. La

⁷³ José Díaz Castañeda. Investigación y práctica educativa. Revista Educación 2001 # 36, mayo de 1998. Pag. 41

asimilación confiere significados al hecho externo, y se vuelve transformadora del sujeto a través de la incorporación de significaciones e interpretaciones.

Bruner le asigna al proceso educativo, dentro el proceso de desarrollo del niño, un papel más central que Piaget.

Dentro de las sugerencias de su teoría de desarrollo fueron:

- 1) Los educadores deben centrarse en enseñar las formas generales de representación, así como las formas de indagación específica de cada una de las disciplinas que conforman la herencia cultural. Esta enseñanza debe considerar tanto al futuro como el pasado, procurando que los descubrimientos más recientes se vean reflejados en el currículum.
- 2) Cuando se diseña un currículum orientado hacia dicho objetivo, ha de intentarse pasar de las formas de representación enactivas a icónicas y a simbólicas, para sentar las bases a niveles inferiores del desarrollo continuo en niveles superiores.
- 3) A fin de que los niños dominen los diversos instrumentos intelectuales que se les presentan, deben de participar en actividades en las que dichos instrumentos sean ayuda indispensable. De igual manera propone que con los niños con culturas menos favorecidas, se procure hacer un esfuerzo para acortar las distancias entre las formas de representación y las estrategias cognitivas adquiridas en su cultura y las empleadas por la mayoría dominante.

Considera la participación activa del alumno en el proceso enseñanza-aprendizaje: “El aprendizaje no es algo que le sucede al alumno provocado simplemente por la representación de estímulos, sino que él hace que ocurra al manejar y utilizar la información.”⁷⁴

Las conductas resultantes son una actividad compleja que implica fundamentalmente tres procesos:

- a) adquisición de la información
- b) transformación de la información
- c) evaluación de la información

⁷⁴ Revista # 36. Idem, pag. 42.

Lo relevante de Bruner son sus consideraciones en torno a la elaboración del currículum, su punto de vista sobre el proceso educativo y su compromiso con las minorías.

Vigotsky intentó desarrollar una teoría marxista del funcionamiento intelectual humano y superar la fragmentación de las escuelas psicológicas de su época." A partir del trabajo de Engels sobre el uso de herramientas, Vigotsky equipara el signo con la herramienta y habla de las funciones psicológicas superiores como aquellas que combinan la herramienta y el signo con la actividad psicológica "⁷⁵

Convencido del origen social del lenguaje, trató de explicar el tránsito del uso comunicativo y exterior a un uso reflexivo e interiorizado.

El lenguaje es de naturaleza social con una doble significación: el lenguaje es producto de una cultura, en la que el diálogo se adquiere en la comunicación y en el diálogo con los demás.⁷⁶

Con el lenguaje el niño logra adquirir a la vez un sistema de productos sociales y culturales, y un instrumento de conocimiento de la realidad y de sí mismo. Por medio de él, el niño no sólo amplía sus posibilidades de comunicación, sino que progresivamente tiene acceso al conocimiento de la realidad.

Para Vigotsky el niño es desde el principio social y comunicativo, adquiere el lenguaje verbal como un medio de ampliar y fortalecer sus comunicaciones. Propone que lo que hay que describir y explicar, no es cómo el lenguaje del niño se hace comunicativo, sino cómo surge un uso no comunicativo del lenguaje y cómo se interioriza.

Gagne aplica un enfoque sistemático al aprendizaje y considera que lo más importante son las situaciones antecedentes, los procesos internos y los productos resultantes de la situación del aprendizaje. Su modelo es de actividad interna: básicamente un modelo de procesamiento de información.

En su modelo se destacan tres conceptos claves:

- 1) Las estructuras, que intervienen en el individuo para regular la información. Unas están compuestas por expectativas o metas anticipadas. Otras son las estrategias de autocontrol que regulan

⁷⁵ Luis Felipe Gómez y Rebeca Mejía . La perspectiva vygotkyana .Revista Renglones # 23 . Ed. ITESO . Guadalajara, Jalisco. Febrero de 1998. pag.3.

⁷⁶ Ibídem, pag. 43

la atención y selección perceptiva, determinado lo que tiene que ser repetido en la memoria a corto y mantenido a largo plazo

- 2) Los procesos , son las transformaciones que sufre el material desde el momento que llega a los órganos receptores, los sucesos internos que ocurren dentro de la cabeza, son: la motivación, atención, representación, codificación, recuperación, generalización, respuesta y retroalimentación.
- 3) Los resultados del aprendizaje corresponden a la parte visible del aprendizaje, de los cuáles Gagne destaca categorías como: la información verbal, las aptitudes verbales, estrategias cognitivas, las actitudes y las habilidades motoras.

Ausubel plantea que el aprendizaje se inserta en conocimientos ya existentes, considera que cuanto mayor es el grado de organización, claridad y estabilidad del nuevo conocimiento, más fácilmente se acomodará y mejor será retenido gracias a los puntos de referencia y afianzamiento bajo los cuales ese material puede ser incorporado, relacionado y transferido a situaciones siguientes de aprendizaje. El material que va a ser aprendido debe ser selectivamente percibido, significativamente estructurado, codificado e incluido dentro de una estructura cognitiva previamente aprendida; inferido de esa estructura para una posterior recuperación.

Reconoce el valor del aprendizaje receptivo porque constituye el mecanismo principal de adquisición y retención del material informativo; éste, por lo consiguiente, no tiene por qué ser mecánico cuando puede dinamizarse durante el proceso.

F. Modelos Educativos y su relación con la Comunicación.

A lo largo del tiempo se han desarrollado investigaciones con respecto a la educación, las adecuadas maneras de impartir clases y de cómo se han validado algunos modelos en la comunicación.

A continuación se mencionan las que han dejado huella o continúan permeando el hecho educativo:

1.- El modelo tradicional.

En el modelo educativo tradicional se encuentra implícita la idea de que el aprendizaje se adquiere de manera intuitiva a través de los sentidos. El sujeto tiene un papel insignificante en su adquisición, ya que es considerado como una especie de tabla rasa sobre la que se graban progresivamente las impresiones recibidas de la realidad.

En este modelo, corresponde al maestro el papel de organizar, conducir y controlar un proceso lineal de traspaso de información donde él es el que sabe, piensa y ejecuta la acción de manera autoritaria.

Así, el hecho educativo se limita a una mera transmisión de conocimiento (instrucción) del docente hacia el alumno. El concepto de educación es el de "Educación Bancaria"(Freire) es decir, se pone énfasis en la cantidad de conocimientos que el sujeto puede asimilar como el sinónimo de nutrirse intelectualmente.

En este modelo de educación el esquema de comunicación se da de manera vertical, es decir, "se identifica al docente como emisor, al alumno como receptor pasivo y a los contenidos de enseñanza como el mensaje. La transmisión del mensaje tiene un sólo sentido, del emisor al receptor como elemento terminal del proceso comunicativo".⁷⁷

Según Rodolfo Bohoslavsky la relación educativa se desarrolla entre maestro y alumno como un vínculo de dependencia donde el maestro define el tipo de comunicación con sus alumnos, ya que él es quien determina el espacio, el tiempo y los roles que corresponden a cada uno.

El sistema tradicional que nos rige propicia hasta la saciedad el uso de ciertos medios, pues el maestro, a parte de seguir el esquema vertical siempre recurre a los medios verbales; habla al grupo, escribe algunas palabras, cae en los extremos: traza unos cuantos rasgos o llena de signos el pizarrón.⁷⁸

⁷⁷ Mario Kaplún, Op. Cit. ina, p. 18

⁷⁸ A. Meléndez, Op. Cit. p.63

2.- El modelo de la Tecnología Educativa.

La Tecnología Educativa buscó dar un carácter científico a la educación al sistematizar y especializar los procesos a través de una visión tecnocrática de planificación, evaluación y retroalimentación.

En el modelo de la tecnología educativa se aplica principalmente el enfoque sistémico de administración y el uso de medios de comunicación -radio y Televisión principalmente- con una tendencia de corte funcionalista, básicamente instrumentalista, que hace eficientes los procesos educativos a través de medidas de control, seguimiento y retroalimentación (Feedback).

Este modelo, apoyado en los supuestos teóricos de la Psicología Conductista, concibe el aprendizaje como un cambio de conducta observable, medible y relativamente duradero. El proceso enseñanza-aprendizaje es de tipo longitudinal (entrada-proceso-salida) con sus supuestos de objetividad sobre los productos esperados. "Los resultados de aprendizaje se evalúan contrastándolos con los objetivos preestablecidos con un carácter netamente cuantitativo".⁷⁹

El esquema de comunicación que corresponde al modelo de la tecnología educativa es también vertical, el rol del emisor lo tiene un medio básico y autosuficiente (medio-maestro), y como apoyos complementarios están otros soportes y hasta el mismo maestro como asesor o tutor. Así, la exposición del docente es complementada y en ocasiones sustituida por algún medio.

El desconocimiento de las potencialidades y limitaciones de estos medios en la enseñanza, así como de la técnica de diseño de los mensajes audiovisuales los ha llevado también a los extremos: los maestros no los utilizan, y cuando lo hacen, se exceden en su uso y lo hacen, además, inadecuadamente. Esto provoca con frecuencia la deficiente transmisión del mensaje y, en suma, el fracaso del proceso de comunicación.⁸⁰

El mensaje en este esquema, al igual que en el modelo tradicional, son los contenidos explícitos de la enseñanza, sólo que éstos se conciben institucional y

⁷⁹ Porfirio Morán. "Propuestas de elaboración de Programas de estudio en la Didáctica tradicional." Ant. UPN Planificación de las Actividades Docentes. México 1986, p.289

⁸⁰ Meléndez. Op. Cit. p.66

socialmente como ascéticos, neutrales y científicos, lo cual repercute falsamente en las condiciones reales del hecho educativo como fenómeno social.

El fracaso frecuente en las relaciones maestro-alumno se debe a que muchos mensajes no son percibidos adecuadamente porque poseen baja referencialidad, es decir, no pueden ser relacionados por los estudiantes en sus marcos de referencias, previamente conocidos, vividos y valorados.⁸¹

Una falsa creencia en la utilización de la tecnología aplicada a la educación es considerar que el medio por sí mismo garantiza el aprendizaje, lo cual lleva a sobrevalorar el medio y convertirlo en el fin mismo.

3.- La Didáctica Crítica.

Esta corriente, desarrollada en los años ochenta, cuestiona a la Tecnología Educativa. Considera a la educación como un proceso social de intercambio de conocimiento y experiencia de los involucrados, tanto a nivel individual como grupal, enfatizando así el factor humano. De esta manera el individuo o el grupo no son sólo objetos de enseñanza, sino más bien sujetos de aprendizaje.

La Didáctica Crítica es una corriente que no trata de cambiar una modalidad técnica por otra, sino que planea analizar críticamente la práctica docente, la dinámica de la institución, los roles de sus miembros y el significado ideológico que subyace en todo ello.⁸²

Este modelo intenta vincular la educación con los imperativos de la democracia y con los de la reconstrucción social, colocando como dicotomía principal la lucha de las clases sociales y dentro de ella la reproducción de la ideología, de la economía, de la cultura y por ende, la escuela reproduce una forma de conciencia dominante y de legitimización de los valores, gustos, costumbres, etc. de una clase, tratando de homogeneizar a la población.

El alumno, como el profesor, dentro de esta corriente tienen el papel de criticar cada uno de los medios de comunicación bajo las posturas ideológicas de su clase y no sólo absorber lo que se presenta como parte del mundo -dominante- ya que con ellos la sociedad se encuentra sojuzgada de esa autoridad. En este caso se intenta

⁸¹ Ibidem. p.78

⁸² Porfirio Morán, Op. Cit., p. 274

romper con la forma de ver y oír los medios de comunicación imponiendo la crítica de éstos tomando como base la ideología de clase que se encuentra en cada uno de ellos.

4.- El modelo Problematizador o Cogestionario.

En esta tendencia educativa es el estudiante quien asume la parte activa como condición esencial para el aprendizaje, el énfasis está puesto en el proceso y en la interacción dialéctica entre las personas y su realidad.

Este enfoque se basa en las teorías psicológicas, cognoscitivista y psicogenética, concibe al aprendizaje como un proceso que el sujeto elabora a partir de su propia experiencia, en interacción con el objeto de conocimiento y conforme a su nivel de desarrollo evolutivo.

El aprendizaje no es un proceso lineal que ocurra sin obstáculos, sino que se construye con avances, retrocesos, saltos, angustia al cambio, etc. como consecuencia de los procesos de asimilación, acomodación y adaptación de las estructuras cognitivas del individuo en constante evolución.

Esto ocurre así, porque el ser humano no aprende sólo en la esfera cognoscitiva sino que, como ente biopsicosocial, se involucran también en las esferas afectivas y psicomotrices.

El proceso educativo que subyace en este enfoque considera que es toda la situación de aprendizaje la que realmente educa, con todos los que intervienen en ella, en la cual nadie tiene la última palabra, ni el patrimonio del saber. Todos aprenden de todos y, fundamentalmente, de aquello que realizan en conjunto.

El esquema comunicacional que corresponde a esta tendencia es el alternativo, donde tanto el docente como el alumno cumplen funciones de emisores-receptores y los contenidos son objeto de análisis, resignificación y reconstrucción por parte del sujeto de aprendizaje. El mensaje lo constituye además de los contenidos, las formas de enseñanza y la interacción maestro-alumno y alumno-alumno.

La comunicación como proceso plurideterminado, posee una o varias motivaciones conscientes y otras que no lo son. En cada momento del proceso comunicativo los sujetos se aproximan por necesidades que pueden ser diferentes, lo que implica la capacidad de ponerse en el lugar del otro

para crear un espacio común que garantice un sentido positivo para los distintos participantes de la relación.⁸³

Este esquema de comunicación bidireccional, denomina a los individuos como EMIREC dado que las funciones de emisor y receptor se dan de manera alternada. Este nuevo esquema planteado también por autores como Mercedes Charles y Guillermo Orozco, corresponde a un modelo de comunicación horizontal y dialógico donde la participación del maestro y del alumno se basan fundamentalmente en el diálogo; éste se entiende como la base de la relación pedagógica y consiste en el procedimiento de intercambio continuo de opinión e información para la reflexión, la crítica y la construcción del conocimiento.

Esto implica que el docente no hace comunicados, sino que genera procesos de comunicación participativa, donde tanto el alumno como el maestro aprenden de la situación misma, rompiendo con los estereotipos.

5.- Hacia un modelo creativo.

La combinación de la tendencia educativa problematizadora y el esquema de comunicación alternativo, generan un modelo dialógico-participativo de la educación y de la comunicación con un carácter democrático.

Son los individuos, como miembros de un grupo, quienes organizan, dirigen y asumen la responsabilidad de su propio proceso formativo y comunicacional con el aporte del comunicador-educador o cogestionariamente.

Para que los maestros podamos modificar nuestro rol tradicional, es necesario cuestionar nuestra propia práctica docente, desarrollar nuestra capacidad crítica y creativa, y reflexionar nuestro papel mediático.

Es necesario participar en procesos de actualización de manera continua que nos permitan comprender la complejidad del fenómeno educativo y fundamentar los cambios que se requieren para apoyar el aprendizaje de los alumnos.

Necesitamos comprender que necesitamos de actitudes transformadoras que nos permitan entrar al siglo XXI, en donde retomemos todas las formas de la imaginación creadora, incluyendo elementos afectivos. Después de varios siglos de

⁸³ Fernando González. Comunicación, personalidad y desarrollo. Edit. Pueblo y Educación. Cuba, 1995, p.6

racionalidad cartesiana que nos impuso una manera de hacer y crear fragmentado y aislando la realidad.

Las cálidas relaciones humanas de los pueblos iberoamericanos son el mejor terreno, el mejor clima para que arraigue la creatividad [...]Por eso educar en la creatividad es mucho que adistrar en competencias, que estimular ideas o que resolver problemas. Educar en la creatividad es despertar la sensibilidad humana para dejar algo de nosotros en los demásn [...] Su aplicación , sin embargo, como ocurre casi siempre, queda en manos de los docentes.El futuro de la creatividad está en la formación de los docentes, ya que de maestros cretivos resulta más facil conseguir alumnos creativos⁸⁴

G. Lenguaje total.

El hombre actual necesita capacitarse urgentemente para comprender una cultura eminentemente sensorial en la cual vive y que le es transmitida a través de los lenguajes: visual, sonoro, audiovisual y escrito visual de los medios masivos de comunicación.

Los lazos que unen el lenguaje de las palabras, el de las imágenes y el de los sonidos, han llegado a ser tan estrechos y constantes que ya no es posible hablar de tres lenguajes diferentes y opuestos sino más bien de uno solo y único: el lenguaje total que dispone de tres formas de expresión, de tres clases de signos diferentes: las palabras, las imágenes y los sonidos.

Cuando hablamos del Lenguaje Total nos referimos pues a las diferentes formas o técnicas de expresión utilizadas por el hombre a través de las diferentes etapas históricas y que en nuestro siglo se han sintetizado en los medios de comunicación social, especialmente en el lenguaje fílmico y televisivo.⁸⁵

La utilización simultánea de las diferentes formas de expresión ha traído consigo, para el hombre actual, una serie de implicaciones de todo tipo, incluyendo

⁸⁴ Creatividad y educación. Revista Educar # 10 .Ed. Sistema Educativo Jalisciense. Guadalajara, Jalisco, Mex., Julio-septiembre de 1999. pag. 8.

⁸⁵ Francisco Gutiérrez, Op. Cit. p.86

las pedagógicas; en las cuales es necesario subordinar los medios de comunicación a los fines humanos en los que se fundamenta el proceso educativo.

A través de muchas investigaciones se ha llegado a la conclusión de que la Pedagogía del Lenguaje Total o Pedagogía de los Medios de Comunicación, consiste en conocer y recuperar dentro de la escuela todos los lenguajes que conforman el universo del lenguaje total explotado por los medios de comunicación masiva y poder así utilizarlos adecuadamente; es decir, a favor de la educación y del ser humano.

Para ello, es indispensable comprender que el quehacer pedagógico se trata de un problema no sólo de contenidos sino también de formas, pues los signos utilizados por los medios masivos de comunicación para traspasar contenidos, son demasiado atractivos, impactantes y subyugantes para los niños y los adultos.

En consecuencia, el proceso metodológico está centrado en valorar los signos como significantes y no sólo como portadores de significados específicos e invariables; es decir, basta de dar significados rígidos, normativos, homogéneos y dejar que los profesores y los estudiantes adopten una actitud franca, abierta, de disponibilidad y movilidad.

La educación ha de promover ante todo el desarrollo de aptitudes para asumir responsabilidades tanto individuales como sociales frente a un mundo imprevisible y cada día menos codificado. En otras palabras, educar es hacer aparecer las múltiples posibilidades en un individuo o en un grupo social.⁸⁶

Los contenidos educativos habrán de surgir de las circunstancias y de las necesidades reales de los educandos y de su enfrentamiento con los sistemas de signos presentes en la sociedad actual de los cuales forman parte los sistemas de signos (lenguajes) de los medios de comunicación.

Por todo lo anterior, se propone realizar la lectura de los mensajes de los medios de comunicación, en la escuela; de sus lenguajes, de sus significantes y sus significados, pero al mismo tiempo promover la creación, la escritura de mensajes utilizando esos lenguajes y esos medios.

⁸⁶ Ibidem. p.92

H. Alfabetización audiovisual.

Vivimos en un mundo de imágenes, donde los medios de comunicación han invadido nuestros hogares y nuestra vida. Sonidos colores y formas se nos ofrecen a través del cine, el radio, la prensa, los anuncios publicitarios, las revistas, las historietas y de manera preponderante la televisión. Niños y jóvenes comprenden este lenguaje que fascina y seduce sus mentes, les da información y los cargan de emociones y sensaciones.

El programa de educación para los medios de la Universidad Pedagógica Nacional es una propuesta innovadora que permite abordar los medios de comunicación para su estudio y aprovecharlos con toda su riqueza en su función educativa. Esto es factible si se establecen estrategias de alfabetización audiovisual que proporcionen los conocimientos básicos para una comprensión de los ámbitos de producción y recepción de los mismos, permitan adueñarse de su lenguaje y ofrezcan mejores condiciones para utilizarlos como expresión propia. La mayoría de los maestros que están al frente de un grupo, son individuos que han crecido con el avance de los medios y a través de la exposición continua a éstos han adquirido una cultura audiovisual que puede ser una gran aliada en sus actividades escolares.

El objetivo de este trabajo es introducir a los maestros en el campo de la alfabetización audiovisual, proporcionándole conocimientos de los elementos y características básicas para la lectura de imágenes visuales y auditivas. Asimismo, se ofrecen líneas generales de acción que pueden realizarse en el aula, y que permiten lo que podríamos llamar *escribir con imágenes*, aprovechando mensajes ya producidos o creando nuevos y originales materiales. Tomando el control en la fase de la producción.

La alfabetización audiovisual puede ser definida como el proceso a través del cual el sujeto conoce los códigos que conforman el lenguaje de los medios, entendiendo como código un sistema de signos y símbolos, determinados culturalmente, con los cuales el conocedor de los mismos puede comprender y emitir mensajes. Consiste precisamente en dar a conocer el lenguaje de las imágenes tanto visuales como auditivas, los esquemas de análisis de cómo son producidas y de los ámbitos de recepción donde la familia, la escuela y cultura, ejercen funciones mediadoras.

Las actividades que se generan a través de una estrategia de alfabetización audiovisual tienen ventajas interesantes de tomar en cuenta:

- Permiten hacer uso de un lenguaje total, es decir, rescata las posibilidades educativas de las formas perceptuales que integran la vivencia del niño y lo ejercitan en la experiencia comunicativa de los lenguajes verbales y no verbales que posee.

- La utilización de sus posibilidades expresivas permite al niño conocerse y aceptarse como un ser integral, es decir, un individuo biopsicosocial que tiene una experiencia personal susceptible de ser comunicada.
- El uso del lenguaje audiovisual en actividades educativas permite una integración de las capacidades emocionales y cognoscitivas del niño, ya que una característica de estos lenguajes es la posibilidad de tocar la sensibilidad y mover las emociones.
- El aprender a través de medios que gustan y son parte del entretenimiento diario le da al trabajo escolar una dimensión lúdica, dejando de lado el divorcio hasta hoy existente entre el entretenimiento y la educación, es aceptar que los medios además de ser fuente de diversión pueden ser educativos, y, a su vez, que la enseñanza escolar no tiene porque ser aburrida.
- Romper la barrera que actualmente hay entre la escuela que enseña y unos medios donde todo es diversión, es combinar lo que hoy parecen polaridades irreconciliables, es integrar aprendizaje y entretenimiento, es decir, trabajo y juego.

Un proceso de aprendizaje con estas características, crea nuevos patrones de comunicación ya que toma al educando como un protagonista y no sólo como un receptor pasivo, promueve y genera en él un proceso de reconocimiento de sus propias motivaciones y habilidades comunicacionales.

Los propósitos que se derivan de los conceptos anteriores implican un cambio profundo dentro de las relaciones comunicacionales que se dan en el aula, al considerar al alumno capaz de una recepción crítica y, sobre todo, proponiéndole actividades que lo incitan a la producción de sus propias expresiones, por lo que se requiere establecer pautas de comunicación con carácter participativo, horizontal y dialógico donde sus participantes pueden ser emisores y receptores de mensajes y donde la información no se proporciona de una manera transmitiva, sino que se den condiciones para que pueda ser cuestionada y analizada.

Los conocimientos que aporta la alfabetización audiovisual contribuyen a que no se pierda el gusto por éstos, sino que este placer sea más profundo y consciente para elegir lo que realmente quieren ver y oír; en síntesis, propicia espectadores más críticos.

La alfabetización audiovisual es un proceso de aprendizaje que es susceptible de profundización según los intereses de cada persona y que, una vez iniciado, puede

proporcionar nuevas alternativas y tomar derroteros personales según la práctica e interés de cada uno.

Es importante señalar que una estrategia de alfabetización audiovisual es un proceso que se da a través de diferentes actividades, un camino que deben recorrer juntos maestros y alumnos y cuyo límite es su propia creatividad.

Este proceso consta de dos fases de aplicación:

1.- La lectura de imágenes

En un aspecto amplio, abarca el estudio de los materiales audiovisuales desde la producción hasta los ámbitos de recepción de los mismos. Asimismo, respecto a la lectura de imágenes propiamente dicha, la persona puede profundizar en el conocimiento de los elementos básicos y las características de éstos, con los cuales puede desentrañar los mensajes iconográficos y sonoros que recibe.

Los medios son susceptibles de análisis en función de sus imágenes y se trata de descubrir las intenciones ocultas y sus efectos. Se analizan los elementos de la imagen, como son la composición, el encuadre, la luz y el color, que son los elementos fundamentales y cuyo manejo nos permite conocer el mensaje de la imagen. Pero también se trata de analizar la intención que hay en el análisis de otras dimensiones como el parecido entre el objeto real y su imagen, y la connotación o descripción personalizada que tiene valor de evocación en el observador. Se trata de dos niveles distintos y es necesario distinguirlos y encontrarlos para una comprensión completa de la imagen.

2.- La escritura o producción de imágenes.

Una vez que ha adquirido los conocimientos para leer imágenes, la persona está más capacitada para elegir entre las producciones de los grandes medios reutilizándolas en la práctica docente, y sus propios mensajes audiovisuales, imprimiéndoles su sello personal y logrando con ello tener una vía de expresión de sus propias necesidades e inquietudes.

Las producciones pueden ser realizadas con medios o con los recursos con los que cuente la escuela y que abarcan:

[...] desde la producción de un periódico escolar donde los niños aprenden a hacer reportajes, elaborar artículos y noticias, la organización espacial del mismo, medios de distribución, costos, etc.hasta el trabajo con historietas

donde el niño hace su propia historia, crea sus personajes, dibuja las ilustraciones, constuye las frases de los globos, inventa sus onomatopeyas o realiza tomas de fotografía, de video... pueden llegar a acciones mas complejas como: la elaboración de un noticiero o de otro material audiovisual, o realizar sus propias grabaciones con grabadora..."⁸⁷

Lo importante de esta parte del proceso brindarle al niño las posibilidades con las que el cuenta y dejarlos volar con su imaginación , las experiencias realizadas en cursos de la UPN de la Licenciatura del Plan 94, como : expresión y comunicación, Construcción del conocimiento de la Historia, Educación Geográfica, o la propia maestría Vía Medios, nos demuestran el gran potencial del uso de los medios en el aula.

I. Tendencias educativas para los medios.

La Educación para los Medios es la tendencia educativa que vincula a los medios de comunicación con los procesos educativos formales. Su intención inicial fue la formación de receptores crítico, como una respuesta social ante la influencia de los medios de comunicación, pero actualmente pretende, también, la formación de emisores creativos y ha incorporado los lenguajes y recursos comunicacionales de los medios a la escuela. Todo esto implica el aprendizaje de nuevos códigos y formas de expresión audiovisual que utilizan los medios para que la población pueda participar en los procesos contemporáneos de comunicación social.

1.- El contexto internacional.

En países como Inglaterra, Australia, Canadá, España y Francia esta tendencia se ha concretado en propuestas curriculares para los distintos niveles educativos.

En Inglaterra la enseñanza de los medios inició en los años treinta utilizando el cine en la enseñanza, y en los sesenta se incorporaron los otros medios. La reforma educativa de 1988 incluyó ya, como asignatura obligatoria, la Educación Sobre Medios de Comunicación en el curriculum nacional de educación primaria. El objetivo no es simplemente el desarrollo de una actitud crítica en el niño sino lograr una autonomía crítica, en la cual los receptores se formen una opinión propia ante el mensaje. Una de las tendencias pedagógicas considera que el punto de partida para el

⁸⁷

Irene Martínez. Alfabetización audiovisual.fascículo 7 .Sep-UPN. México, D.F. 1994. pag. 39.

análisis de los medios es la experiencia del propio receptor frente a ellos y no los contenidos de los mensajes en sí.

Australia tiene una experiencia avanzada e importante en EPM ya que, desde los años sesentas, desarrolla —a lo largo del curriculum de primaria y secundaria— el estudio de las formas y lenguajes de los diversos medios, el análisis de las audiencias y de los mensajes, pero sobre todo, el de la comprensión de los medios de comunicación como mediadores entre el receptor y la realidad.

La EPM en Canadá representa un gran esfuerzo social por mantener la conciencia e identidad nacional, mediante la orientación a maestros y padres de familia sobre la programación televisiva y sus efectos. Un ejemplo interesante del trabajo que se desarrolla actualmente lo constituye la propuesta de la Asociación Canadiense de los Medios de Comunicación de Educación para el Ministerio de Educación, (Canadian Association for Media Education, CAME). Es un grupo de maestros y profesionales de los medios, fundada en 1991, y entre sus propósitos están:

- Educar a los canadienses sobre los Medios.
- Promover la educación para los medios en las escuelas.
- Afianzar la cultura canadiense como medio de expresión en los medios de comunicación.

Para 1994 el Ministerio de Educación identificó la necesidad de establecer una clara definición de la Educación para los Medios y promovió una serie de estrategias para fortalecer este quehacer educativo. El Ministerio propuso un programa de estudios en Educación para los medios, enfocada a la educación básica (kindergarten al nivel 12), incluyendo el desarrollo de un currículum, el soporte de materiales y las condiciones para evaluar el proceso de aprendizaje.

El CAME fue parte de la construcción de la propuesta, desde la implementación del programa a través de establecer un grupo de trabajo compuesto por maestros y profesionales de los medios con experiencia en el desarrollo, implementación y evaluación de la currícula, hasta revisar la literatura sobre la educación para los medios, establecer las líneas de definición de la terminología, y la aplicación de la estrategia.(A conceptual Framework for Media Education & Cross-Curricular Learning Outcomes and Opportunities for Teaching Assessment). Maneja diferentes niveles para poder abordarlo: kindergarden, primaria y secundaria, los cursos de Lenguaje de las Artes, y las Artes como Drama, Música, Danza. Plantea los estudios en la línea de Ciencias Sociales; así como las de Diversidad Cultural; Aprender para la Vida, Educación Física, Economía, Educación para los Negocios, Lengua Internacionales y, Ciencia y Tecnología.

Esta experiencia es muy completa y clarifica lo que es posible hacer cuando se desarrolla un trabajo integral que comience con una recapitulación de lo que existe en el campo de la educación a través de los medios, con estrategias claras y líneas de acción diversas y amplias.

En España, desde la década de los ochenta, se desarrollan programas de formación para maestros en EPM auspiciados por el Ministerio de Educación y Universidades como la Nacional de Educación a Distancia (UNED). Sus propósitos han sido la formación en los diversos medios para que los jóvenes puedan expresarse creando sus propios mensajes.

En Francia, se ha desarrollado la experiencia del Telespectador Activo que ubica a los medios como instituciones culturales y los incorpora como recursos expresivos dentro del proceso enseñanza-aprendizaje. Es decir, lleva a la escuela los objetos cotidianos con que juegan los niños, lo que ven, lo que escuchan, lo que les gusta, y de los cuales obtienen aprendizajes, como pretexto para vincular lo extraescolar con lo escolar.

2.- El contexto latinoamericano.

Latinoamérica también ha llevado a cabo iniciativas de EPM en países como Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Venezuela, Uruguay y México.

Entre estas experiencias destaca la del Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA) de Chile, que desde hace 20 años se dedica a la investigación y a la enseñanza de los medios, con especial atención en la formación del televidente activo y que actualmente trabaja con el Ministerio de Educación para la conformación de un curriculum oficial sobre EPM. Los programas del centro intentan pasar de la denuncia de la alienación a la valoración de las propias experiencias culturales de los diversos grupos.

En Argentina desde 1993 con la aprobación de la Ley Federal para una nueva educación, se plantean cambios sustantivos y profundos en su sistema educativo con tal de elevar la calidad de la educación procurando mayores niveles de justicia social y equidad en la distribución de saberes y conocimientos se plantea una nueva estructura del sistema educativo que será implantado en forma gradual y progresiva (inicial, EGB, polimodal, superior y cuaternaria).

Dentro de los acuerdos sobre la transformación curricular sobresalen los contenidos básicos comunes (CBC), éstos constituyen el conjunto de saberes relevantes, están orientados a la formación de competencias, “son expresiones de los

distintos grados de desarrollo personal y participación activa en los procesos sociales”.⁸⁸ Dentro de estas competencias se encuentran: el desarrollo ético, socio-político-comunitario, del conocimiento científico tecnológico y de la expresión y la comunicación.

Dentro de la expresión y la comunicación plantean aprender a “seleccionar y utilizar, en diferentes contextos, lenguajes, símbolos, códigos verbales y no-verbales, como base de la organización lógica de las ideas y de la expresión de los sentimientos”. Así como disfrutar y apreciar las manifestaciones estéticas de carácter plástico, corporal, musical, literario y utilizar armónicamente sus recursos expresivos.

De esta manera logran incluir en sus programas de estudio desde 1993, la educación acerca de los medios audiovisuales, reflexionando sobre la videocultura, la cultura letrada; los medios en la escuela y los chicos que hablan con imágenes. Y las respuestas para sistematizar el trabajo con los medios a través de realizar estrategias didácticas a partir de lo cotidiano o del currículo, así como la búsqueda de proyectos interdisciplinarias con los medios masivos de comunicación.

En Brasil se desarrolló un proyecto de lectura crítica de la comunicación, de la Unión Cristiana Brasileira de Comunicación Social, pero la intención era moralista y el método era de corte tradicionalista aunque posteriormente su visión se centró en la denuncia del sistema de comunicación con metodologías participativas y activas. Actualmente sus objetivos se centran en la comprensión de los mecanismos de producción y significación del mensaje, el autoanálisis, la motivación al sistema educativo para que se preocupe por la comunicación social y fortalecer la conciencia crítica, libre, creativa, no manipulada y capaz de producir una cultura liberadora. En el caso de Uruguay, Mario Kaplún, autor del libro "El Comunicador Popular", desarrolló un método de recepción crítica de los medios que se aplica de manera generalizada en América Latina.

En Costa Rica los programas del Instituto Latinoamericano de la Pedagogía de la Comunicación enfatizan los estudios semiológicos, en el supuesto de que a través de una educación semiótica se proporcionan instrumentos que defienden a las personas contra la masificación y domesticación. Pretende una educación en la creatividad que permita a los receptores ser consumidor selectivo y crítico de los MMC.

Dentro de los objetivos de sus programas familiares están:

⁸⁸ Módulo O. Ley Federal de la Educación. Ley de Educación de la Provincia de Bs. As. Contenidos Básicos Comunes. Ed. Dirección General de Cultura y educación de la Provincia de Bs. As. La Plata. Enero 1995. Pág. 32

- Conceptualizar el problema familia-televisión y descubrir las relaciones familiares que de alguna manera tiene que ver con la presencia y uso de la televisión en el hogar,. aplicando el método de análisis crítico a un programa de Televisión.
- Comprometerse con la educación y aplicación del método de análisis crítico en el medio familiar.

Estas experiencias corresponden en su mayoría a procesos no formales de educación, cuyos destinatarios pertenecen a los sectores populares; en ellas subyace un proyecto de sociedad más justa y democrática con metodología basada en el trabajo grupal tratando de superar la falsa contradicción entre lo lúdico y lo educativo; toman como punto de partida la experiencia personal de los miembros del grupo y se toma como base de su implementación el diálogo y el respeto entre los participantes.

En el caso de México, las experiencias se han orientado fundamentalmente a la recepción crítica del medio televisivo, como ejemplos:

- Mejor Televisión para Niños, A. C., cuyos objetivos se encaminaban a crear en los niños un criterio selectivo hacia la programación televisiva, crear programas que respondieran a las necesidades reales de los niños en cuanto a información y entretenimiento, y aprovechar los beneficios de la Televisión desechando sus elementos nocivos.
- Taller de Metodología en Lectura Crítica, del Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario (IMDEC): intentan capacitar a los educadores populares con la intención de desmitificar a los medios masivos de comunicación, posibilitar la recuperación crítica de los mensajes y proporcionarles un sentido educativo, propiciar la participación colectiva en la construcción de conocimientos y generar mecanismos de expresión y comunicación cultural en los sectores populares.
- Televidentes Alerta, A. C.: fue un intento de la sociedad civil por incidir en la programación de la Televisión
- La Televisión y los Niños, Consejo Nacional de Población (CONAPO): la intención de este programa es la de convertir a la televisión en un aliado de las instituciones educativas principales, como la familia y la escuela, convertir a la televisión en un agente educativo y en fuente de información, comprender el funcionamiento de la televisión como una

instancia comercial, y generar un método personal y familiar para ver televisión de manera crítica.

Y en instituciones donde se producen materiales didácticos para la educación de los medios:

- Prensa en la escuela. Grupo Educacional TANESQUE
- Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales.
- Dirección de Investigación y Posgrado en la Universidad Iberoamericana, México D.F.
- La Universidad Pedagógica Nacional con su proyecto para la Educación para los Medios (Multimedia).
- El Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE) con su proyecto de educación para los medios
- La propuesta de educación y medios de la Subsecretaría de Servicios Educativos para el Distrito Federal.
- La propuesta de educación y medios de la Subsecretaría de Educación Básica a cargo de los Mtros. Javier Arévalo Zamudio y Guadalupe Hernández Luviano.
- La propuesta de educación y medios de la Fundación SNTE (basada en el proyecto de EPM del Maestro Guillermo Orozco Gómez.)
- La propuesta de educación y medios de la Unidad de Televisión (UTE) y del Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa (CETE).

CAPÍTULO V

HACIA UNA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS

**(EL PROYECTO MULTIMEDIA EN APOYO A LA EDUCACIÓN
BÁSICA EN YUCATÁN SEP-CONACYT)**

“Históricamente, el concepto de poder ha ido cambiando. Desde el poder militar, religioso, político, económico, etc., se pasó a decir que quien tenía la información tenía el poder. Más tarde se habló que lo importante era saber dónde estaba la información y saber acceder a ella.

Las nuevas tecnologías de la comunicación permiten establecer que para poseer el poder, lo importante es estar en condiciones de participar en la creación, en el nacimiento de la información. Sólo en esa medida podemos decir que pertenecemos a la comunidad científica actual y que como enseñantes transmitimos los contenidos que definen cada momento y eso sólo es posible en la medida en que seamos capaces de incorporarnos al “nuevo” espacio educativo”

Francisco Martínez (V. De Murcia)

Julio Cabero (V. De Sevilla)

CAPÍTULO V

HACIA UNA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS

(EL PROYECTO MULTIMEDIA EN APOYO A LA EDUCACIÓN BÁSICA EN YUCATÁN SEP-CONACYT)

A. Poder sindical.

La educación es un elemento cohesionador de la sociedad moderna, estratificada y jerarquizada por efectos de la división social del trabajo; y juega roles de reproducción: tanto de ideología, como de valores reconocidos por el Estado. Cuando el clero tuvo en sus manos la enseñanza reprodujo su ideología, su culto y su visión sobreideologizada del universo. Ahora, es el Estado quien ocupa ese espacio arrebatado por el estado liberal a la religión, para cumplir una de sus funciones legitimadoras del momento histórico.

La educación no es ajena a la disputa en el poder, ya que la escuela pública fue uno de los instrumentos utilizados para consolidar la revolución, y menguar el poder del clero, sin que por ello tuviera el éxito deseado. El papel histórico del maestro ha sido de apoyo sobre todo al poder. En Yucatán esta situación aún se conserva: tal es el caso de la sección 57 del SNTE, la cual agrupa a profesores más cercanos al gobierno estatal, en comparación a la sección 33; éstos con mayor tradición de lucha en pro de espacios reivindicativos para el profesor. Como lo constituye un grupo cercano a la oposición tradicional, esta corriente ha tenido sus altibajos, hasta de indefinición por su cercanía con la derecha del espectro político en el Estado.

1.- El Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educacion (SNTE)

"Es considerada una institución de mediación reconocida por el Estado y la sociedad. Su ascendencia parte de esta relación, sobre todo con el gobierno en turno"⁸⁹; a la vez tiene un papel ambiguo: Intentamos analizar este espacio, porque gran parte de las relaciones verticales y horizontales de los profesores pasan por este organismo.

Por una parte ejerce un control sobre la base para evitar que la inconformidad se desborde y para contener las demandas y, en su oportunidad desviarlas. Por otro lado, logra satisfacer algunos intereses gremiales- salarios, prestaciones- que confieren legitimidad a la estructura frente a la base.⁹⁰

La tendencia centralizadora de la vida política mexicana se refleja en esta organización, aunque a partir de 1992, con la descentralización educativa, ha disminuido su cuota de poder, adquirido sobre todo en los 70's con el maximato de Jonguitud Barrios.

En el SNTE un grupo controla los recursos básicos: asignación de plazas, ascensos, licencias, permutas, préstamos, vivienda y otras prestaciones, cedidas por el Estado; esto le permite establecer un control sobre su base, existiendo redes informales de clientelismo y cooptación en cada uno de sus niveles jerárquicos.

En los 80's se inició un movimiento magisterial de protesta contra el grupo de Carlos Jonguitud Barrios, quien se había adueñado de la estructura de poder; parte de este nuevo ciclo se realizó en la Escuela Normal Superior de México (Fresno 5), de donde salieron líderes para los Estados de Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Michoacán y para la combativa sección IX del Distrito. En este movimiento destacaron, entre otros, los maestros: Rigoberto y Jesús Nieto López, Jesús Martín del Campo, Enrique Ávila.

El rol jugado por el SNTE se ha ajustado a las reglas del sistema político, aunque el ejercicio del poder lo ejercen cuando no dirimen diferencias en el espacio político, utilizando la fuerza del control. Aunque parten de la esencia del sistema, la negociación, como la realizada en las concesiones a los medios de comunicación, esta actitud de encuentros y desencuentros es propia del quehacer político aunque, con Salinas de Gortari, la mayor parte de estos acuerdos metaconstitucionales fueron rotos.

⁸⁹ María Luisa Chavoya Poder Sindical en Jalisco. la Sección 47 del SNTE Universidad de Guadalajara, Jalisco. 1995, pp 12.

⁹⁰ Ibidem. p.15

Ma. Luisa Chavoya en su libro analiza esta construcción del Estado Mexicano y su consolidación, a partir de que: "Frente a la ausencia de una clase burguesa lo suficientemente fuerte para asumir la hegemonía política y económica el Estado se vió obligado a asumir dicha función , con la que se fortaleció frente a la sociedad a la cual organizó"⁹¹

En este caso, el corporativismo vendría a ser una forma de vincular a la sociedad y al Estado, es donde se organiza la colectividad. El corporativismo según Guillermo O'Donnell no es típico de todas las sociedades, sino de aquellas que tienen un capitalismo tardío, dependiente y desequilibrado; en donde se puede localizar la supuesta justificación de la existencia de este aglutinador en la sociedad mexicana, sus raíces, su capacidad de control y su compromiso con el Estado. En el caso de México, a diferencia de otros países de América Latina, los arreglos institucionales suplieron el autoritarismo militar.

2.- Labor magisterial.

Como profesores, podemos observar cómo diversas situaciones pueden influir en el aprendizaje de los alumnos, a veces una discusión, una imagen impactante, un relato o el testimonio de una experiencia que es recibida y comentada en el grupo puede generar grados de atención, de interés, de apropiación de un tema o contenido.

El profesor es un trabajador que históricamente ⁹² se ha desempeñado para el servicio. El ser maestro es tener un rasgo distintivo a diferencia de otros profesionales, es realizarse frente a otros a los cuales les enseña un bagaje de conocimientos, comportamientos y actitudes.

El profesor desempeña múltiples funciones: administración, coordinación, relaciones públicas, tareas sindicales y debe dedicarse a otro tipo de actividades para complementar su ingreso; además, es empleado de una gran burocracia educativa en la cual la función de enseñanza-aprendizaje ha sido reemplazada por la de

⁹¹ Ibidem. p.26

⁹² El profesor en general: el educador debe de colocarse como una persona, un agente que respeta la individualidad del niño, sus valores y expectativas, con autenticidad, verdad y coherencia. Debe de tener cuidado de no invadir el mundo del infante, es decir, esperar el momento mágico cuando el niño se desarma, tener paciencia histórica para hacer posible el proceso. El educador debe escuchar al menor, escuchar sus sentimientos, su mirar, sus gestos, su semblante y sus emociones; para acoger al menor en su totalidad, es decir, el educador necesita estar libre de prejuicios y tabúes impuestos por la sociedad. El profesor debe de respetar el ritmo de crecimiento y cambios del menor, además debe ser una figura amiga, una persona que se solidariza y compromete con los niños para estar con ellos en su medio, Freire Paulo, en pedagogía del oprimido.

administración y hasta la de cuidar a los alumnos. Se realiza en distintos espacios: el aula, la escuela, la comunidad y su delegación sindical.

En el aula, el plan de estudios y el libro de texto ejercen una gran influencia en su práctica docente, aunque no es definitiva. El maestro tiene que cumplir los objetivos estipulados en los programas establecidos por las autoridades educativas y es obligado a seguir los libros de texto de la SEP, reafirmados por las guías didácticas, puesto que los exámenes y evaluaciones de los niños se basan en esos contenidos.⁹³ Actualmente, parte de la paradoja educativa es la contradicción entre los programas, contenido y la evaluación que supuestamente pasa por el proceso cualitativo, anteriormente por la calificación cuantitativa.

La escuela está determinada por una organización específica de: espacios, normas y reglamentos y especialmente por el tipo de relaciones entre los profesores, donde juega un papel central en la toma de decisiones el director. Esta situación refuerza la estructura vertical de la burocracia, porque no genera relaciones horizontales basadas en la gestión educativa o un liderazgo académico en el director.

La comunidad ejerce una gran influencia en la práctica magisterial al apoyar o desatender la acción pedagógica (tomando en cuenta si la comunidad participa o no en la educación de sus niños), lo cual incide en el desempeño de los alumnos y en el esfuerzo de los maestros.

Con respecto a la delegación sindical sirve para la movilidad entre el magisterio, se utiliza para que el profesor pueda ascender a la dirección, al cambio de escuela, compra de plaza y otros "beneficios" que los ayuden a promoverse con mayor rapidez; por lo tanto, los profesores están sujetas a algunas restricciones ideológicas-políticas que los sujetan a un control cada vez mas fuerte de parte del sindicato; las innovaciones que el profesor desea realizar en su práctica docente tendría que ser vista por la gente del sindicato.

Con base en las caracterizaciones anteriores, no es posible esperar que puedan involucrarse los profesores de la misma manera en algún programa de Educación para los medios. Su participación tendrá que ser diferente y estimulada desde diversos ámbitos; no sólo en la escuela o a través de una "guía del maestro" para el currículum complementario.⁹⁴

⁹³ Orozco Guillermo. Ibíd. pág. 96

⁹⁴ Orozco, Op. Cit. pág. 101

Es por ello que aún cuando en el enfoque educativo actual se reconoce al aprendizaje como un proceso individual, interno y autoestructurante, relativamente impermeable a la influencia externa, no se niega la intervención del profesor como "mediador pedagógico".

3.- El profesor ¿ mediador pedagógico?.

La mediación puede ser entendida como tratamiento o manipulación de la información conlleva el riesgo de quedarse en la parcialización o distorsión o interpretación de contenidos o de la realidad. " El niño, en tanto sujeto que es socializado y educado en la familia, no se enfrenta a los MMC con la mente en blanco. Por el contrario, su interacción con los diversos MMC está mediatizada (influida y en buena medida condicionada) por su aprendizaje anterior en el hogar y en la escuela, así como por su interacción posterior con otros agentes sociales. " ⁹⁵

La mediación debe generar en el estudiante procesos de resignificación del objeto a partir de la investigación, el análisis y la construcción del propio conocimiento para obtener aprendizajes significativos. De ahí su importancia.

A la actividad docente, de tipo democrática y alternativa, Gutiérrez y Prieto han denominado mediación pedagógica:

[...] es el tratamiento de contenidos y de las formas de expresión de los diferentes medios a fin de hacer posible el acto educativo, dentro del horizonte de una educación concebida como participación, creatividad, expresividad y relacionalidad. ⁹⁶

La mediación pedagógica implica la integración de tres aspectos complementarios: contenido, proceso de aprendizaje y forma.

En el aspecto de contenido, el maestro selecciona, estructura y organiza la información de tal manera que resulte accesible, lógica, pertinente y, sobre todo, interesante y amena para el educando.

Para el proceso de aprendizaje, el maestro propone una secuencia de actividades que relacionan el contenido con la experiencia y el contexto del educando,

⁹⁵ Mercedes Charles y Guillermo Orozco. Educación para los medios. Una propuesta integral para maestros, padres y niños. ILCE-UNESCO. México. Octubre de 1992. pag. 31

⁹⁶ Gutiérrez Francisco, Op. Cit. pág. 54

a la vez que propician formas participativas que fomentan la creatividad, la investigación y la autoformación.

En el caso de la forma, el maestro selecciona los recursos expresivos que mejor correspondan a la naturaleza del contenido. La forma está ligada a las cuestiones perceptuales y estéticas que hacen que un determinado contenido, por complejo que sea, resulte atractivo, significativo y de fácil apropiación para el educando.

B. ¿Y qué dicen los maestros de los medios de comunicación ?

Para conocer la concepción que tiene el maestro acerca de los medios de comunicación, procedí a entrevistar a educadores que tienen a su cargo grupos tanto de educación preescolar como de primaria antes de iniciar el proyecto, quienes externaron sus opiniones, las cuales analizamos en ciertos aspectos:

1.- La falta de comunicación oral en el niño preescolar.

Consideran que esto bloquea la socialización del alumno, por lo que : En un principio había que tomar la iniciativa, pero a medida en que los niños iban adquiriendo confianza en su capacidad de expresión se desarrollaron con mayor facilidad, descubriendo ellos mismos estas situaciones problemáticas, ofreciendo y coordinando opiniones sobre el modo de resolverlas.

—Pienso que el valor de la cooperación es muy importante en el desarrollo de las actividades. Los niños pueden trabajar en equipos e incluso cada quien desarrolla una actividad individual, pero todas sus acciones estarán siempre dirigidas a alcanzar un fin común, en este caso, el de favorecer una mejor comunicación oral en el niño. Asimismo, él debe ser capaz de tomar decisiones sobre los papeles que representarán en las actividades de dramatización, en las cuales se deberá conducir libre y espontáneamente reproduciendo situaciones y actividades de la vida cotidiana—.

—Como educadora procuraré hacer recaer sobre los niños las actividades quedando como guía, pero sin hacer que las actividades de conversación giren solo entorno al niño. Debo buscar palabras que estén integradas en el vocabulario del niño pero aclarando y metiendo otras nuevas, para que el niño asimile sin percibirlo. De igual forma tomaré temas de la vida del niño, temas que le hagan hablar libre y abiertamente, que sean comunes para él o que los haya vivido. Procuraré el respeto de los niños con respecto del que hable, dejando terminar sus frases, antes de que otro

tome la palabra; daré oportunidad a la expresión oral, pero sobre todo a los más tímidos les haré participar en las actividades—.

2.- La Televisión y la educación de los niños.

—La televisión tiende a sustituir no solo al cine sino también al periodismo, la literatura y a todas las formas del entretenimiento y de la cultura, al volumen de los problemas sociales, políticos, culturales, estéticos, y sin embargo los enfrenta diariamente en versiones simplificadas y parciales que pueden suponer una deformación del espectador—.

Tal es el caso de los niños, ya que ven muchas horas de televisión sin la supervisión de los padres, quienes deberían saber qué programas ven sus hijos para corregirlos o apoyarlos según sea el caso.

3.- Características de la televisión.

- a) Es absorbente. —Se apodera de los ojos y de los oídos, y presiona la atención de los espectadores hacia las móviles imágenes que desfilan por la pantalla luminosa—.
- b) Es pródiga en temas. —Cada media hora o cada hora, los canales ofrecen documentales, noticieros, comedias, etc. La necesidad de mantener funcionando los canales muchas horas el día ha diluido la calidad de los programas.— De esta manera, sirve a los espectadores el platillo favorito de lo espectacular, cortado periódicamente por anuncios acompañados de melodías.
- c) Presenta la vida real. —Si bien, lo hace frecuentemente con imágenes distorsionadas. La perspectiva del mundo de los adultos en la vida real es muy restringida para el niño. Ve a sus padres como papá y mamá advirtiendo apenas sus relaciones como marido y mujer. Ignora en qué consiste ganarse la vida. Desconoce por completo el tenebroso mundo de la calumnia, el dolo y el fraude—. El televisor introduce al niño en este mundo compuesto con demasiada frecuencia por mujeres provocativas y padres alcohólicos; pillos simpáticos bien vestidos, delincuentes que burlan a sus anchas a la policía y

criminales pertenecientes casi siempre a la clase baja. Es obvio que tal imagen parcial y fragmentaria confunde a los niños.

- d) Produce excitación. —Ciertamente niños y adultos la buscamos en numerosas formas de diversión: carreras de caballos, corridas de toro, cacerías, etc.; pero la Televisión y sus inagotables recursos la han llevado a extremos increíbles. ¿Hasta dónde llegará?— Es todavía demasiado pronto para preguntar qué consideran sexualmente excitante los niños, expuestos ahora "masivamente"; cuando lleguen a ser adultos considero que su experiencia será poca o de segunda mano, puesto que la ha vivido a medias sin sentirla.
- e) Fomenta la pasividad. —¿Qué esfuerzo debe desplegar el niño que contempla un programa de aventuras? ¿Qué espíritu crítico despiertan los conflictos resueltos por un apretón de manos, un beso o lo que es peor un revólver?—. La Televisión inculca tanto a los niños como a los adultos la tendencia a la pasividad y a la receptividad en detrimento de la creatividad maravillosa que se debe tener en esos años.
- f) Activa la violencia. —No sólo no descarga la agresividad latente del expectador, sino que se aviva por todo lo que presencia a través de la pantalla.—
- g) Sirve de distracción. Los lectores están familiarizados sin duda con el impulso de tomar una novela policíaca y escapar así de las tensiones de la vida real. De modo semejante, si los niños encuentran demasiada presión en el ambiente, experimentan la tendencia a escaparse de todo, sumergiéndose en la fantasía.
- h) Cumple los deseos. —Es decir, proporciona salida a impulsos que no pueden expresarse en la vida real. La televisión es maestra consumada en el arte de la fantasía, tiene a su alcance los espléndidos recursos para hechizar la imaginación de niños y adultos—. Los diarios relatan casos de chicos que franquean los linderos existentes entre la fantasía y la realidad. Los programas que incluyen la moraleja de que cometer un crimen se paga, no inhiben la agresión. El niño quiere asemejarse al villano fuerte más que al héroe débil; un final ético no neutraliza la influencia de un villano fuerte y atractivo.
- i) Asusta a los niños. Es verdad que cierto tipo de violencia no los espanta como cuando el Correcaminos es perseguido por el

Coyote. —Otras escenas, en cambio, despiertan el miedo en sus mentes, como cuando el personaje con el cual se identifican sufre algún daño, especialmente en lucha cuerpo a cuerpo—. Ciertos programas explotan los temas del cuarto oscuro, la sombra siniestra hacia la ventana y el cadáver ensangrentado que infunden terror al niño, quien proyecta en el sueño sus propias preocupaciones.

- j) Sus héroes son personajes mágicos. —Nada le sale mal a diferencia de los héroes reales y los de la literatura, cuya vida está tejida de triunfos y derrotas, alegrías y tristezas—.

Se emplea el bombardeo sistemático y acosador de anuncios alusivos al sexo, fuga de la realidad y adquisición de características como la "virilidad", por ejemplo con un spray; la "confianza" en uno mismo por el uso de una marca de camisa y la promesa de segura "alegría" por el consumo de determinadas bebidas. A los adolescentes les aseguran "atractivo sexual", "encanto" y "feminidad", si emplean perfumes y cosméticos.

4.- Lo que me gustaría ver en la televisión.

Hay programas cómicos infantiles en los cuales intervienen adultos que se comportan como niños tontos por la forma en que hablan y por las cosas que dicen, sin sentido alguno. —Lo mejor sería que en estos programas intervinieran niños de todas las edades que dijeran chistes realmente graciosos y palabras que no tengan implícito un doble sentido—.

—Los noticieros son poco entendibles y superficiales, ojalá y éstos fueran más accesibles para nosotros y nos hicieran reflexionar sobre los problemas que sufre nuestro país—. Se plantean también programas continuos sobre educación sexual para poder platicar del tema sin pena ni morbo.

Es recomendable explorar las reacciones que los programas suscitan en los niños para percatarse de su influjo y rectificar o confirmar sus juicios. Es mejor todavía ver conjuntamente, adultos y niños los programas y comentarlos después.

5.- Comunicación y aprendizaje: similitud de procesos.

El aprendizaje y la comunicación son procesos relativos, continuos y dinámicos, sus componentes son los mismos aunque de diferente renombre. —De ahí que se considere la relación existente entre la educación preescolar, en la que se le enseña al niño lo que debe ser y hacer; y lo que los medios masivos de comunicación le presentan a los mismos a través de los programas infantiles, en los que se muestra al niño lo contrario a lo aprendido en el aula de clases—.

6.- La influencia de la publicidad en los niños.

Si la mujer es la más bella conquista de la publicidad, la actual generación de niños es su principal objetivo a corto, mediano y largo plazo. La publicidad no sólo ve como importante al consumidor actual, sino, en alguna medida, pretende trabajar para el futuro a través de la influencia que ejerce sobre el niño. —Una vez creado el hábito del consumo, es bastante difícil corregir su orientación dirigiéndolo hacia la satisfacción de nuevas necesidades; sin embargo, una vez consolidado este hábito, difícilmente se puede evitar—.

Puede hablarse de dos tipos de publicidad infantil: la publicidad del niño y la publicidad para el niño. En la primera, el niño es protagonista del anuncio y será a través de su ternura, sus ocurrencias y su encanto por donde le llegue el mensaje al receptor final: el adulto. Se trata de necesidades básicas del ámbito familiar, aunque está siendo utilizado en otros campos; es frecuente ver a los niños anunciando productos tan ajenos a su mundo como puede ser una inversión en bonos en una determinada entidad bancaria.

En la publicidad "Para el niño", éste se convierte en el destinatario directo del mensaje y posible consumidor del producto (golosinas, juguetes o alimentos energéticos engordantes). Es interesante analizar un estudio de los efectos especiales (animación de objetos, exageración de tamaños) que utilizan, por ejemplo, los spots de Televisión incluidos dentro del aparato. Resultaría sorprendente comprobar la meticulosa estructuración a que están sometidos. Y es que la publicidad para el niño es donde se utiliza el binomio fantasía-realidad con el fin de aumentar las ventas.

La publicidad tiene muy en cuenta este estado de cosas y organiza sus mensajes de forma que se adecúen a sus dominantes. Por si esto fuera poco, el publicista sabe que en este tipo de audiencia cuenta con una ventaja adicional: el pequeño consumidor ha nacido en la era de la televisión y su capacidad de lectura de la imagen es más global e instantáneo que la de los adultos.

7.- Análisis de caricaturas.

a) Los Supercampeones

Este programa de caricaturas es una serie que se presenta a manera de telenovela, es decir los capítulos tienen continuación, lo que propicia que los niños que lo ven se queden interesados en la trama del programa y deseen verlo al día siguiente.

—No existe espíritu deportivo sino una rivalidad, el tratar de demostrar a los demás, quién es el mejor—. —A nuestro parecer, los niños que ven este programa, pueden ser influidos en que sean egocéntricos y deseen sobresalir aún a costa de ejercer la violencia y olvidarse de trabajar unidos y en equipo—. —Lo positivo, sería el deseo de superarse y convertirse en campeones y no conformarse con ser perdedores, aunque esto sólo lo lograrían los que tengan el espíritu aventurero y deseen arriesgarse y meterse en problemas e ir en contra de lo establecido para obtener lo que se desea—.

Existen en estos momentos otras caricaturas que mantienen la misma estructura y que cuentan con gran audiencia infantil.

b) Candy

—Candy es una caricatura tipo novela, en el que el personaje principal: Candy, es una niña huérfana criada en el hogar de Pony (orfanatorio atendido por una madre llamada María y otra señorita que se llama Pony), y adoptada por una familia rica: la tía abuela, quien tiene cinco nietos: Elisa, Nil, Antoni, Steve y Archi. Los dos primeros son unos niños ricos, consentidos, orgullosos, malos que siempre andan tramando algo para hacer quedar mal a Candy delante de la tía abuela. Desde que la adoptaron les cayó mal porque viene de orfanatorio y por lo tanto la consideran muy poca cosa—.

Sandibel es una caricatura más reciente pero que tiene mucha similitud con Candy.

Este es un género de la caricatura japonesa, comics que abarcan infinidad de temas. Estas revistas hablan de fantasía, drama, humor, aventura, romance y hasta de pornografía. Tezuka Osamu convirtió los comics en una industria en los 50's, con la aparición de Astro Boy. Otra temática abordada para las mujeres es la de las caricaturas melosas como Heydi, Candy y Remi, aunque ahora abordan ciencia ficción, fantasía, además de contemplar temas tabúes, como el amor entre personas del mismo sexo; así es como se abordan temáticas entre los niños, fuertes para su comprensión.

En nuestro país, las caricaturas japonesas comenzaron a transmitirse en la década de los 70; al principio eran delicadas pero con el tiempo empezó a tomar fuerza la violencia, reflejada en Robotech y en Mazinger Z. A inicios de los 90, los Gatos samurai reconciliaron ciertas situaciones, pero reaparece en Dragon Ball. Este personaje creado por Akira Toriyama, dividió la caricatura en tres partes. La historia es de un niño llamado Goku y otros personajes como Bulma; la trama se complica con el enfrentamiento con seres cada vez más complejos y poderosos. En el último Dragon Ball GT el humor casi desaparece, la violencia aumenta y la imaginación de Toriyama rebasa cualquier expectativa; ahora los programas se centran en peleas, las cuales duran semanas enteras y no se limitan a nuestro planeta; aparecen guerreros más poderosos y las muertes aumentan, al igual que el éxito. Para el niño le resulta interesante esta exageración, pues pueden resucitar múltiples veces y aumentar su poder, aunque la trama psicológica está haciendo daño en las sensaciones aumentando sus angustias, ansiedades y temores, llegando a la depresión o como diría, Gilberto Guevara Niebla: "la televisión ha generado el síndrome del ego saturado". La realidad se vuelve una simulación de vida y prácticamente desaparece el tiempo y el espacio. El caso Dragon Ball puede ser consultado por un niño a través de internet, en situaciones que pudieran parecer paradójicas por el tratamiento de estos temas.

8.- La televisión y la educación de los niños.

La Televisión descubre el mundo a los niños mucho antes de aprender a expresarse o a leer. Supone además, una importante válvula de escape para la infancia de hoy. —¿Qué otra cosa puede hacer un niño con ningún hermano, padres demasiado ocupados en sus trabajos, sin posibilidades de salir a la calle, especialmente en las grandes ciudades y donde las zonas verdes brillan por su ausencia, que distraerse con la televisión?—.

Muchos padres de hoy nacieron ya con una tele en su casa y sin embargo no les quitó el hábito de la lectura, tener amigos, estudiar. —Tampoco ver una y otra vez cómo el "Coyote" maquinaba trampas diabólicas para el "Correcaminos". Ahora no tiene por qué ser distinto. Observar cada día a los "Caballeros del Zodíaco" machacar a sus enemigos, conlleva a una buena inyección de moral que ayuda a nuestros hijos a enfrentarse a la escuela de cada día—.

Considero que no todo es basura. El niño que no ve televisión, se aliena. Necesita estar al día, enterarse de quién es el último "héroe" que aparece en las calcomanías, en los chicles, comentar con los compañeros el episodio de tal o cual serie. Los dibujos animados son una opción saludable, los hay para todas las edades y, pase lo que pase los niños saben que sólo son dibujos.

Algunas teleseries son totalmente inofensivas, a veces son tan aleccionadoras y tienen tanta moraleja que parecen pensadas para tontos. Pero al margen de programas tomados como mero entretenimiento, la televisión ofrece ventajas nada despreciables: los niños que aún no saben leer encuentran en ellas un valioso instrumento de aprendizaje y conocimiento; por ejemplo: tener que enseñar a los alumnos de sexto grado a ver la televisión de una forma más activa y atenta aumenta sus puntuaciones en comprensión de la lectura.

Lo mismo ocurre cuando se pide a los niños que dibujen sobre los temas que han visto en televisión: su capacidad para plasmar la perspectiva se ve muy enriquecida.

Con esto se puede afirmar que al mirar también se aprende, aunque no tengamos un gran conocimiento de los medios —los padres somos responsables de la influencia de la televisión sobre los hijos al permitirles ver tal programación y las posibles dudas—. Por ello, para que sea un perfecto medio de comunicación, a continuación nombro algunos tipos:

- Desmitificar la tele. Explicar a los niños su funcionamiento, bromear cuando un locutor se equivoque, demostrarles que no todo lo que dicen es cierto, hablarles de que el tiempo de grabación es superior al de emisión, hacerles ver los numerosos cortes en los concursos, enseñarles a diferenciar el Playback, a descubrir los trucos de los anuncios.
- Seleccionar los programas en función de distintos criterios: de diversión, formativos o bien porque recuerdan a los padres su propia infancia, fomentando así el diálogo.
- Comentar el contenido. Hablar con los niños de lo que vemos, si tiene relación o no con lo que vivimos cada día, con lo que pasa en la calle, intercambiar opiniones sobre actitudes de los personajes que aparecen, estudiar los distintos géneros.
- Analizar la información. ¿Sólo hay malas noticias? Buscar las buenas con los niños y explicar por qué las negativas son más noticiables.
- Ser críticos. Cada familia debe tener sus propios criterios sobre lo bueno, lo malo, lo interesante, lo vulgar y comentar sus opiniones. Sólo así nuestros hijos podrán formarse un criterio sobre lo que ven.

C. El Multimedia-UPN.

Dio inicio con una serie de reuniones nacionales a partir de 1993, las cuales tuvieron lugar en Mazatlán, Acapulco y Veracruz en diversas fechas en las que estuve presente por parte de la Unidad 31-A de Mérida. En éstas se trató de analizar el contexto externo y su influencia en el fenómeno educativo. Se reconoció que la educación tradicional se enfrenta a hechos educativos informales que la colocan en amplia desventaja, ante las tendencias mundiales hacia la globalización de procesos políticos, ideológicos y económicos que enfrentan a nuestras culturas a novísimas situaciones educativas.

1.- El Proyecto de Educación para los Medios de la Universidad Pedagógica Nacional

En el contexto interno, de acuerdo con las líneas de fortalecimiento institucional señaladas en el Proyecto Académico de la UPN, se plantea la necesidad de impulsar formas novedosas de actualización y de difusión de la cultura pedagógica y se considera necesario desarrollar un programa de Comunicación Audiovisual, que contemple estrategias específicas de actualización y de enseñanza.

Dentro de los compromisos, el Proyecto Multimedia reconoce: “Analizar los medios de comunicación social y su influencia en los procesos educativos para que su empleo influya de manera relevante significativa, en la calidad de la educación .”⁹⁷

Partió el proyecto de recuperar experiencias que en el uso de los medios audiovisuales para la enseñanza han ocurrido y ocurren en el seno de las Unidades de la UPN. Para 1994 se consolida con las experiencias internacionales a través del maestro Roberto Aparici de la Universidad Nacional de Educación a Distancia de Madrid y del Instituto Colombiano para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología (COLCIENCIAS). En esta primera etapa, se formó un grupo multidisciplinario de especialistas de las áreas de investigación, docencia, difusión y educación a distancia. Se sentaron las bases teóricas, metodológicas del proyecto, así como la impresión de nueve fascículos, audios, una antología así como una guía de estudio y un video de apoyo.

Dentro de los principales puntos de sustento que se establecieron están los siguientes:

⁹⁷ UPN, Proyecto Académico 1993. pág. 45

1. El maestro mexicano es heterogéneo, por su origen, su formación y su condición social, por tanto está condicionado culturalmente por las características en el consumo de mensajes.
2. El maestro es un sujeto con criterio para seleccionar su consumo de mensajes, a la vez que participa en la formación del criterio de sus educandos.
3. El maestro actúa en el marco institucional de la SEP y en ella coexisten diversas posturas en la concepción, producción, distribución y uso de los medios aplicados a la educación.
4. El maestro enfrenta el doble problema del consumo de productos audiovisuales por los niños en dos instituciones fundamentales para la socialización del niño: como educador y como padre de familia.
5. La educación es un proceso integral que debe propiciar un desarrollo armónico de todas las facultades del individuo, y este proceso es social.
6. Los procesos de enseñanza-aprendizaje deben propiciar el disfrute del conocimiento y de la solución de problemas cotidianos, así como la relación educativa debe establecerse a través del diálogo, donde todos aprenden de todos.

A partir de estos acuerdos se inició el proceso de su aplicación en el Estado de Yucatán. Para consolidarlo se contó con la ayuda del CONACYT, FOMES y la Dirección de Investigación Educativa de la SEP quienes con base en la convocatoria 1994 de Proyectos de Investigación Educativa, aprobaron el trabajo que propuse para desarrollar de diciembre de 1994 a diciembre de 1995: **El Proyecto Multimedia en apoyo a la educación básica.**

Después de realizar la revisión bibliográfica, en enero de 1995 efectuamos un curso-taller con maestros de preescolar, primaria y asesores de la UPN de Mérida y el módulo de Tekax, Yucatán, contándose con 18 participantes. Éste serviría para monitorear el material y realizar las estrategias didácticas planteadas en el Proyecto Multimedia con los grupos que tienen a su cargo los maestros

Habiendo concluido el primer período de labores, se obtuvieron los resultados siguientes:

1. Revisión bibliográfica relacionada con los medios de comunicación y educación.
2. Relatoría general del curso-taller y la elaboración de un documento propositivo.
3. Edición de un video con las actividades realizadas durante el trimestre.
4. Elaboración de instrumentos preliminares para la realización del diagnóstico

En el segundo período se presentó el Proyecto Educativo a diversas instituciones, a efecto de que lo conozcan y se recabaran sus opiniones desde el punto de vista sobre el mismo, destacándose el encuentro con estudiantes de la Licenciatura en Periodismo y Ciencias de la Comunicación del Instituto Las Américas por sus numerosas participaciones y aportaciones.

También en respuesta a una invitación del maestro Alexis López, director de Evaluación y Seguimiento de la SEP, presenté una ponencia en el Foro de Consulta para la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000, en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, misma que fue retomada para enriquecer el Plan relacionado con el sector educativo.

Asimismo, en este período se alcanzaron los siguientes resultados:

1. Se conformaron las principales vertientes del marco teórico.
2. Se elaboraron los instrumentos adecuados para realizar el diagnóstico.
3. La aplicación de los ya citados instrumentos tuvo lugar del 27 de mayo al 2 de junio de 1995.
4. Fueron analizados meticulosamente los resultados de dicha actividad.
5. Para comprobar todo lo realizado se editó un video conteniendo las diversas acciones desarrolladas. Durante el período comprendido del proyecto se continuó realizando grabaciones con sus respectivas ediciones.

2.- Diseño del diagnóstico.

La elaboración del diagnóstico partió de la revisión de los objetivos planteados en el proyecto, los cuales fueron:

- a) Conocer la noción y el valor que los maestros yucatecos tienen acerca de los medios de comunicación.
- b) Conceptualizar la relación de los maestros con los medios de comunicación.
- c) Conocer la disponibilidad de los maestros para aceptar los medios de comunicación como instrumentos, apoyos y medios de socialización en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- d) Conocer la disponibilidad de los maestros para participar en un ejercicio de uso de los medios de comunicación en el aula.
- e) Conocer la relación que pudiera existir entre el concepto, valor y uso de los medios de comunicación con los tipos o perfiles de los maestros yucatecos.

Los pasos seguidos para la elaboración del diagnóstico fueron los siguientes:

- a) Conformación de un equipo de apoyo metodológico, en el cual participaron entre otros, miembros del personal académico de la Unidad 31 -A de la UPN.
- b) Discusión al interior del equipo de apoyo para establecer el mecanismo más idóneo para captar la información requerida. Para ello se obtuvo información acerca de diagnósticos elaborados anteriormente y en otras situaciones. Entre los documentos discutidos sobresalen el diagnóstico sobre las "Prácticas Sociales y Educativas de los Maestros en las Unidades del D.F de la Ciudad de México" aplicado en Mayo de 1994. Asimismo, fue de mucha ayuda tomar en cuenta las experiencias adquiridas por los académicos invitados en otras investigaciones realizadas por ellos.

- c) A partir de la información recopilada y de la problematización de los documentos del propio Proyecto Multimedia de la UPN y de los resultados del Taller Piloto efectuado en el primer trimestre, se ubicaron una serie de problemas relevantes que habría que resaltar en el diagnóstico. Entre estos problemas se mencionan los siguientes:
- La capacidad del maestro a adaptarse a diferentes tipos de comunicación que sustituyan la tradicional forma verbalista en el salón de clases.
 - El intento de recuperar la conceptualización que el maestro tiene de su práctica docente y de su papel ante la sociedad, en este sentido se cuestiona el clásico "deber ser" o el "intentar "ser", impuesto por los status sociales.
 - Las discusiones generaron, también, material para la revisión y elaboración del Marco Conceptual y Teórico sobre usos de los medios de comunicación en la educación.
- d) La encuesta se dividió en cuatro bloques de preguntas orientadas de la siguiente manera: el primer bloque se dirigió a definir el perfil de los maestros; el segundo bloque pretendió conocer la noción, el valor y la relación que los maestros tienen con los medios de comunicación; el tercer bloque se propuso conocer la disponibilidad de los maestros a aceptar los medios de comunicación como instrumentos de apoyo o de socialización, así como de la capacitación que esto implica; y finalmente, el cuarto bloque se orientó a ubicar candidatos que estuvieran interesados en el ejercicio.
- e) Tomando en cuenta los elementos de la discusión se procedió a plantear el universo del diagnóstico. Este universo quedó delimitado por los maestros que estaban inscritos en la Universidad Pedagógica Nacional, Unidad Mérida. Un segundo criterio de delimitación fue que los maestros inscritos pertenecieran a los planes de la Licenciatura de Educación Primaria y Preescolar Plan 85 y de la Licenciatura en Educación Plan 94, ya que la

mayoría de éstos desarrollan su práctica docente en el medio urbano, al contrario de lo que ocurre con la Licenciatura en Educación Primaria y Preescolar en el Medio Indígena Plan 90, cuyos estudiantes desarrollan su práctica docente en el medio rural. La Licenciatura en Educación Primaria y Preescolar Plan 79, que tiene una modalidad abierta tampoco se le incluyó en el diagnóstico, por ser un grupo pequeño con características muy distintas al del Plan 85, ya que por la propia modalidad de la licenciatura los estudiantes presentan procesos de internalización de conocimientos. En el caso de los maestros del octavo semestre del Plan 85 no fue posible establecer una estrecha relación, ya que se encontraban involucrados en los procesos de titulación. Se descartaron de la selección 7 profesores del censo al no aparecer varios datos en los archivos de la institución, por lo que no se tomaron en cuenta para el universo.

El universo del diagnóstico quedó delimitado por los maestros-estudiantes del Plan 85 y Plan 94, que hacen un total de 76 individuos. Este universo quedó distribuido de la siguiente manera: segundo semestre 50 maestros del cuarto semestre 17 maestros, del sexto semestre 16 maestros. Partiendo de este universo se procedió a elaborar una muestra considerando los distintos rangos de antigüedad en el servicio que tienen los maestros; el supuesto que subyace en este criterio es que a mayor antigüedad podría haber un mayor rechazo a los medios de comunicación en el aula. La muestra quedó de la siguiente manera:

RANGO ANTIGÜEDAD	CENSO	MUESTRA 50% más 1
1-5	4	2
6-10	9	5
11-15	19	10
16-20	20	10
21-25	12	6
26-30	5	3

31-35	2	1
36-40	2	1
41-45	2	1
46-50	1	1
TOTAL	76	40

- f) Un problema a discutir en el equipo de apoyo fueron las condiciones en que se iba a desarrollar la encuesta; esta consideración fue importante para evitar que los maestros participantes en la encuesta consideraran que este ejercicio metodológico tuviera implicaciones en su prestigio. La cuestión fue crear las condiciones propicias para que las opiniones de los maestros fluyeran de manera espontánea.
- g) Una vez elaborado el cuestionario, éste se le entregó a diversas personas con conocimientos metodológicos y del tema para que le hicieran comentarios o sugerencias que permitieran mejorar la comprensión y la coherencia del instrumento.
- h) Con el documento sometido a la crítica anterior, se procedió a elaborar un segundo cuestionario que fue aplicado en una prueba piloto a un grupo de maestros de la Escuela Primaria "Pablo Moreno Triay", del fraccionamiento Vergel II, de la ciudad de Mérida. El propósito de esta prueba piloto fue comprobar:
- Claridad en el lenguaje, en las instrucciones y en el contenido de las preguntas;
 - Medir tiempos de aplicación y
 - Pertinencia de las respuestas a las preguntas elaboradas.
 - Finalmente la aplicación del cuestionario tuvo lugar del 27 de mayo al 2 de junio.

3.- Aplicación del diagnóstico.

Se aplicó una encuesta dividida en bloques de preguntas orientados de la siguiente manera:

- El primer bloque se dirige a definir el perfil de los maestros.
- El segundo bloque pretende conocer la noción, el valor y la relación que los maestros tienen con los medios de comunicación.
- El tercer bloque se propone conocer la disponibilidad de los maestros a aceptar los medios de comunicación como instrumentos de apoyo o de socialización, así como de la capacitación que esto implica.
- Finalmente, el cuarto bloque se orienta a ubicar candidatos que estuvieran interesados en el ejercicio (Anexo)

Los resultados obtenidos por medio de la encuesta se sistematizaron de tal forma que permitiera construir un tipo ideal de maestro-alumno en relación con los medios de comunicación y su funcionalidad en el interior del aula. Dicha sistematización consta de cuatro apartados:

- 1) Características del maestro-alumno.
- 2) Relación con los medios de comunicación.
- 3) Su conceptualización y valoración acerca del papel de los medios de comunicación en el aula.
- 4) Disponibilidad para realizar el ejercicio en sus propias aulas.

De las actividades anteriores se obtuvieron los siguientes resultados:

a) Características del Maestro.

La encuesta confirmó la feminización del trabajo magisterial pues el 72.2% de la población encuestada son mujeres, lo que implica una doble característica: por un lado la preminencia de ciertos valores ligados a la emoción, sentimiento, etc., y por otra parte, la necesidad de distribuir el tiempo dedicado al trabajo en una doble jornada, es decir el trabajo en la casa y el trabajo profesional.

El 47.2% tiene entre 30 y 40 años, lo que indica que nacieron entre 1955 y 1965 de tal forma que es una generación que compartió, en alguna medida, los beneficios del desarrollo estabilizador y la crisis de este modelo que da pie a la constitución de un nuevo modelo de desarrollo económico y a una nueva relación entre Estado y sociedad.

Una de las características de las transformaciones culturales de esta generación es el número de hijos por familia en donde el 77.8% tiene entre 1 y 3 hijos.

El 66.7% percibe un salario entre los 1500 y 2500 pesos mensuales, sin considerar la suposición de que el compañero o la pareja podría aportar algún ingreso familiar; este nivel de ingreso se correlaciona con el hecho de que el 86.1% de la muestra tiene casa propia o la esta pagando a crédito y un 73% tiene vehículo propio.

b) Características del trabajo magisterial.

El 97.3% reconoció trabajar entre 1 y 10 horas diarias, lo que permite afirmar que el trabajo que realizan es de un doble turno para el magisterio y dedicando el resto del tiempo disponible para los requerimientos de la familia. El 91.7% trabaja en escuelas completas y públicas, atendiendo el 61.1% entre 20 y 30 alumnos. El 69.6% son maestros frente a grupo en el nivel primaria. El 77.8% de los profesores de la muestra pertenecen a carrera magisterial, situación importante por dos cosas: a) el ingreso al hogar aumenta y b) el nivel profesional es considerado elevado, relacionándose con el estatus dentro del magisterio.

La mayoría de los maestros realizaron su formación magisterial en la Normal "Rodolfo Menendez de la Peña" de la Ciudad de Mérida; este hecho estaría relacionado con dos situaciones: por un lado la formación recibida se orienta a atender a una población infantil caracterizada como urbana y por otra parte, el modelo de formación recibido es tradicional tal como lo muestran los resultados de la encuesta (86.1%). El 52.8% de la población entrevistada perteneció a generaciones que entraron a la normal entre el año 1965 y 1980 lo que vendría a confirmar la idea de una generación que compartió el desplome de los modelos económicos, políticos y sociales previos y la transformación de la sociedad mexicana.

c) Relación con los medios.

El punto de entrada para conceptualizar y valorar la relación que tienen los maestros con los medios de comunicación se realizó a partir de configurar los principales pasatiempos de los encuestados. El 79.3 % de los encuestados señalo que el tiempo dedicado a los pasatiempos se distribuye en ver la televisión, la lectura y la

reunión con los amigos, en este orden de importancia. El 38.2 % de la población orienta su pasatiempo a ver la televisión; la preeminencia de la televisión es confirmada por el hecho de que el 69.4 % de la población tiene entre 2 y 3 aparatos de televisión en su casa. Este hecho puede ser interpretado como una cuestión de prestigio social o como una necesidad de información.

El 47% dispone del sistema de cable, optando por más de ocho canales distintos a los nacionales (Televisa y Televisión Azteca) y locales;. (Sipse y Sistema de Televisión Yucateca del Gobierno del Estado) servicio que cuesta 170 pesos al mes más otros servicios en donde se desee un evento especial.

El 41.2% ven los canales nacionales de Televisa y Televisión Azteca, dejando a un lado los canales locales (Trecevisión, productora local y repetidora del 11 del IPN y 22 nacional; y Sipse, Canal 2 que es repetidora del canal 4 de Televisa). Cabe mencionar que además de estos cuatro canales existe 2 canales más en la televisión yucateca como son Canal 7 de Televisión Azteca y el 4 repetidora del Canal 5 de Televisa, el cual tiene un mayor contenido juvenil y de teleseries estadounidenses.

El 61.1% prefiere las películas y los noticieros y el 75% mira los programas televisivos de 1 a 3 horas diarias.

El 86.1% tiene entre uno y dos radios; no obstante, el 66.7% escucha la radio, teniendo como programas esenciales los noticieros y los musicales (80.6%).

En Mérida no se dispone de otras alternativas de radio como serían los programas de otros países que pudiesen ser captados por la banda normal dado que existe un bloqueo en las ondas internacionales. De las pocas alternativas en radio existen: Radio Universidad con poco auditorio y Radio XEPET "la voz de los mayas" en Peto, Yucatán, con una transmisión con sentido social y cultural, pero su alcance es bloqueado por las difusoras de la ciudad.

El 92.2% de la muestra lee el periódico, pero solo el 86.1% lo compra. En Yucatán existe cinco periódicos, Diario de Yucatán, Novedades, Por esto!, Sureste y Diario de la Tarde, siendo el 77.1 % las personas que leen el Diario de Yucatán; esta preferencia está ligada a que es el periódico con mayor tiraje y circulación regional que llega a los Estados vecinos de Campeche y Quintana Roo. Por otra parte, la sección más leída de todos los periódicos es la local, con un 47.2 % de preferencias. La preferencia por la sección local estaría mostrando la tendencia a reafirmar los valores de la identidad regional, en la medida en que la sección local se orienta a tratar todo tipo de asuntos de tipo local; y es justamente el Diario de Yucatán el que tiene la sección local más completa e informada entre otras razones, por su larga tradición de más de 80 años.

El 55.6 % de los profesores de la muestra compran todos los días el periódico; pero tomando en cuenta la crisis y el aumento de su costo, tan sólo un porcentaje del 40% compra tres veces a la semana este producto.

Por lo anterior se puede decir que existe un número amplio de personas que no disponen del 100% de información semanal por medio del periódico.

Dentro del ámbito de relación entre profesores y medios: a) el 33.3 % de la muestra no lee otras publicaciones, b) el 72.2% tiene video casetera para ver películas de acción y comedias (69.3%), opción ligada a la relación con el hogar, en la cual no necesita trasladarse, ni consumir productos fuera de ella. El cine, como espacio de entretenimiento fuera del hogar, presenta una asistencia del 80.6% de los entrevistados, de ellos el 43.3% va una sola vez al mes prefiriendo las películas extranjeras en un 70.1%.

Con respecto a la computadora, podemos mencionar que los profesores entrevistados de la UPN no tienen acceso a ellas, aunque en la actualidad, con la licenciatura Plan 94 se contempla integrar una asignatura sobre computación, lo que permitirá al maestro-estudiante tener un acercamiento a esta tecnología.

d) Concepto y valor de los medios de comunicación.

La mayoría de los profesores alumnos definen los medios como un fenómeno propio de la sociedad moderna, que la caracteriza de tal manera que hoy por hoy no es posible entender a la sociedad sin entender el fenómeno de la comunicación a través de los medios de comunicación y piensan que los medios de comunicación se caracterizan entre otras causas o razones, por su producción cultural de normas, nociones y valores, por lo que estaría de acuerdo en cuestionar a los medios de comunicación por el tipo de valores que fomenta y que son muy distintos a los creados por la escuela (83.3%). El 53.3% de los profesores alumnos opinan que frente al hecho real de que los medios de comunicación y la escuela se relacionan, entre otras formas a través del niño, sería necesario educar a la población y preparar al maestro para que estén en capacidad de interpretar de una manera crítica los contenidos de los mensajes, es decir, generar una pedagogía de la comunicación.

Además estos educadores plantean que es positivo y altamente positivo (88.8%) la posibilidad de que los medios de comunicación penetren al aula y que se conviertan en un instrumento, medio y fuente de conocimiento; el argumento que los profesores -42.4%- tienen sobre los medios de comunicación, parte de la conveniencia de incorporar la nueva tecnología a la educación para realizar sólo aquello que no se puede hacer de otra manera o en forma sustancialmente mejor. Esta argumentación deriva de los propios maestros de percibirse como informadores,

44.4%. Esta afirmación contradice la idea de que hay que preparar a los maestros que están en capacidad para interpretar los contenidos de los mensajes; no obstante, estaría mostrando una cierta resistencia a asumir de manera plena y total la entrada de los medios de comunicación al aula. Esta última idea se sustenta en que en un porcentaje entre 60 y 70 % de los entrevistados cuando están frente a una situación real de sugerir a los alumnos ver una buena película, de recomendar a los padres de familia las horas de ver Televisión y de socializar las inquietudes acerca de programas y películas con los alumnos, reaccionan positivamente. No obstante, el porcentaje aumenta a 88.9% cuando la relación con los medios de comunicación surge del libro de texto, lo que estaría indicando una hegemonía del discurso escrito en la práctica real del docente.

e) Interés por el ejercicio.

El 91.7% de los docentes entrevistados señaló que sí tiene interés en generar una experiencia en su propia aula utilizando a los medios de comunicación como instrumento didáctico o como de fuente de mensajes que deben ser analizados e interpretados en un porcentaje de 61.1%. Los medios de comunicación más adecuados para dicha experiencia son: el video, la televisión y la computadora en un 33.9%, 27% y 22.2% respectivamente, destacándose, como género las películas en un 55.6%, finalmente el 94.4% admitió estar interesado en tomar un curso previo a la experiencia para recibir información y conocimiento.

D. Análisis de los resultados

El diagnóstico realizado con los maestros-alumnos muestra de la UPN Unidad 31-A en la ciudad de Mérida, presenta como una de las características básicas la edad, que oscila entre 30 y 40 años; el ingreso entre los 1500 y 2500 pesos; la participación de estos profesores en la sociedad actual depende de las características económicas y políticas del propio desarrollo del país, en donde la crisis económica, la cultura visual y la influencia de los medios de comunicación, son sólo parte de esta forma de accionar en el mundo.

Los maestros se han desarrollado bajo la evolución educativa del país, donde el acercarse al conocimiento es limitado bajo el método de la lectura y sí podríamos concluir que los maestros piensan que los medios de comunicación deberían de entrar al aula como recursos de análisis y de información. Sin embargo, existen mecanismos de resistencia para accionar con los medios de comunicación al pensar que éstos

podrían influir negativamente en los niños; es decir, transmitir valores y normas distintas a las promovidas por la escuela.

Por lo anterior es necesario desarrollar una pedagogía con los medios de comunicación. El intento de los maestros en el acercamiento a estos medios es limitado; no obstante, sus expectativas son ambiciosas.

Esta generación no es la primera en generar un estatus social, sino que ella podría ser una segunda generación en la cual ya se contaba con un estatus social por encima del promedio profesional y económico del profesor yucateco. Las condiciones con las que cuenta actualmente son heredadas (bagaje de mejores niveles de vida), aunque se toma en cuenta que en algún momento el profesor opta por ascender culturalmente por la dificultad de ascender en los niveles económicos propios de otras profesiones universitarias o de actividades como el comercio.

CAPÍTULO VI
CONSTRUYENDO UNA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN

“Numerosas cabeceras de la prensa escrita continúan adoptando, a pesar de todo, por mimetismo televisual, por endogamia catódica, las características propias del medio audiovisual: la maqueta de la primera página concebida como una pantalla, la redacción del tamaño de los artículos, la personalización excesiva de los periodistas, la prioridad otorgada al sensacionalismo, la práctica sistemática del olvido, de la amnesia, en relación con las informaciones que hayan perdido actualidad, etc. Compiten con el audiovisual en materia de marketing y desprecian los hechos de las ideas. Fascinando por la forma olvidan el fondo. Han simplificado su discurso...”

Ignacio Ramonet

En la tiranía de la comunicación

CAPÍTULO VI

CONSTRUYENDO UNA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Dentro de las actividades realizadas durante los cuatro períodos durante el año de 1995, establecidos por la Dirección Nacional de Investigación Educativa de la SEP, norma para todos los proyectos, la cuál debían ceñirse los investigadores para recibir los apoyos correspondientes:

A. Primer período.

En el primer período de diciembre de 1994 a febrero de 1995 se realizaron las siguientes actividades :

- La revisión y selección de los materiales bibliográficos y audiovisuales disponibles así como su reproducción para su análisis y discusión en el taller multimedia propuesto a realizarse.
- Elaborar la programación del programa del taller a un primer grupo de monitores; la realización del taller; más adelante se dan los resultados del mismo.
- Se presentó el proyecto en las II Jornadas Académicas de la Escuela Normal Urbana “Rodolfo Menéndez de la Peña”, del 18 al 20 de enero de 1995.
- Ante atenta invitación de los compañeros de la Unidad hermana 041 de Campeche, se realizó una conferencia sobre medios de comunicación, el 11 de febrero el responsable del proyecto y el periodista Antonio Moreno Vázquez.
- Se publicó el artículo "El proyecto Multimedia-UPN, apoyo a la educación básica", en la revista Comunicación Educativa , de la Secretaria de Educación del Gobierno del Estado el 15 de febrero.
- Al finalizar este período se editó un video donde se recogían las actividades realizadas.

1.- El Taller.

Las aportaciones más señaladas que hubieron en el curso multimedia implementado por el coordinador del proyecto, realizado con una duración de 32 horas en Enero de 1995, fueron las siguientes:

Los mentores que laboran en el medio rural expresaron su desacuerdo con lo que ocurre con frecuencia en los cursos educativos que se imparten en Yucatán; sólo se aborda la problemática del medio urbano y se olvidan los serios y graves problemas que aquejan a quien labora en el campo yucateco.

Dentro de las experiencias en relación con los medios, aparecieron experiencias radiofónicas con características de alternativas, incluso sin autorización de la SCT, como la de Oxcutzcab. que tenía su transmisor en un árbol de la región, por lo que era conocida como "Radio Huaya ", el nombre del árbol, cuando se detectó fue clausurada como otras que cumplen funciones sociales en su comunidad: para mandar saludos en cumpleaños, enviar avisos, proporcionar información sobre enfermedades entre parientes o para poner su propia música o escuchar su voz; estas radios a pesar de cumplir con las comunidades, son atacadas por la SCT, con" el supuesto de violan la Ley de Radio y Televisión , y atentan con las concesiones establecidas por la "Ley".

Se reconoce como la única radio alternativa en Yucatán a XEPET "La voz de los mayas", administrada por el Instituto Nacional Indígena (INI) en Peto, porque brinda un buen servicio a la comunidad maya. En los vecinos estados de Campeche y Quintana Roo, también se cuenta con otras difusoras preocupadas por los aspectos culturales y por la problemática de la comunidad; una está en Bécab, transmitiendo para esta población hasta música clásica, otra en Carrillo Puerto. También el INI transmite a través de la XEXPUJ "La voz del corazón de la selva" desde enero de 1966, en Xpujil, en la frecuencia de 700 kilohertz en AM, con 5000 watts de potencia, cubriendo parte de los estados de la península y el norte de Guatemala, concretamente el Departamento de El Petén con alrededor de 131, 652 escuchas, en lengua maya y chol.

Dentro del curso, otro maestro señaló que los jóvenes utilizan señas, gestos como códigos que les permiten identificarse y compartir sus sentimientos de grupos, logrando identificarse con la "Banda". También se denotó que, cuando el maestro yucateco tiene que salir del estado para trabajar en otro ámbito se encuentran con diferencias léxicas, semánticas y fonológicas, de los modismos del lugar, lo que motivaba tener dificultades para comunicarse con la gente del lugar.

Se mencionó que existen hasta doce tipos de lenguaje que usamos a diario y que la escuela los desaprovecha, ya que no los incorpora a situaciones cotidianas. Un profesor de lingüística explicó que la lengua no sólo sirve para comunicarnos, sino que también es una forma de identificación generacional, social, histórica y ordenadora del mundo que nos rodea. Con la lengua designamos a las cosas, a las personas, le damos un orden a los que vamos conociendo y que en un principio parece no tenerlo.

En el caso de las diferentes étnias su propio idioma les brinda: identidad, unidad, sentimiento de pertenencia y expresa su cosmovisión.

Existen teorías que pretenden explicar el origen de los idiomas; se mencionó que la leyenda contenida en la Biblia, donde se menciona que tuvieron su origen cuando la construcción de la Torre de Babel, es nada más una explicación para la gente de una época, pero actualmente no es posible sostenerla sino de una manera metafórica a la que algunos científicos han pretendido darle coherencia y seriedad.

En cuanto al origen de la lengua —el profesor y periodista Lorenzo Salas— expresó que tiene una hipótesis que no ha desarrollado pero que tiene fundamentos circunstanciales y algún apoyo en el principio biológico que dice: "La ontogenia es la recopilación de la filogenia".

Las etapas que presuntamente tuvo la lengua son: la gutural, en la que el hombre se expresaba por medio de sonidos que salían de su garganta con escasa modulación del aparato fonador, poco desarrollado en ese entonces; el hombre se apoyaba para comunicarse con el lenguaje gestual. Luego vino la etapa onomatopéyica en la que el hombre imita con sonidos de su garganta los que oye de la naturaleza. Aquí ya hay una mayor participación de los labios, la lengua y los dientes. Huelga decir que no existen las onomatopeyas universales.

La siguiente etapa es la monosilábica, en la que el hombre construye su lenguaje con palabras de una sílaba, preferentemente directas simples las que poco a poco se convierten en directas compuestas o mixtas. Es un período en donde abundan las paronomasias. Después hubo la etapa silábica, en que el desarrollo del aparato fonador ya permite un mejor manejo de los fonemas y las palabras son más largas. Esto ya es el antecedente de las lenguas aglutinantes que conocemos en la actualidad. Finalmente, explicó el profesor que estas mismas etapas se repiten en los niños.

Otro asistente opinó que lo deseable es que se llegara a manejar el lenguaje total, es decir, que se abarcaran las palabras, las imágenes y los sonidos. Otro más reconoció la falta de vinculación entre la realidad y la escuela, entre el salón y el mundo exterior, por lo que no vamos a la par con el desarrollo de los acontecimientos que se dan fuera de la escuela.

El periodista dijo que según investigaciones que se han hecho, una persona con preparación de educación secundaria tiene un léxico en el que hay aproximadamente trescientas palabras, lo que resulta insuficiente si tomamos en cuenta que el idioma español está formado por aproximadamente 86,000 palabras.

De esta pobreza léxica podemos entender la razón del uso múltiple que se le da a un escaso número de palabras como "onda", "rollo", "negocio", "madre" (con sus agregados morféimicos) y otras más.

La televisión también tiene a locutores no sólo con un lenguaje muy pobre, sino que además pronuncian mal muchas palabras, como el caso de conocido presentador del extinto programa "Siempre en Domingo", que dice "cai", por cae, "lión" por león, "cónyugue" por cónyuge, etc.

Señaló también que las palabras tienen un sentido social, moral, un prestigio y un desprestigio, según el lugar, la época y el nivel social de que se trate. En algunos sectores de la clase dominante, por ejemplo, dicen de la persona con vientre prominente que tiene mucho estómago para evitar decir panzón o que tiene mucha panza, lo que les suena a vulgar o peyorativo. Es más importante recordar que mientras más sentidos intervengan en el proceso de aprendizaje, éste será mejor y más duradero. Entendiendo a la frase popular de: "puedo dudar de lo que veo, de lo que oigo, pero nunca de lo que hago."

Otro profesor planteó que no existen cinco sentidos sino seis, qué es el de la razón, de tal manera de que a pesar de que se poseen las mismas sensaciones, cada persona percibe y entiende las cosas de diferente manera, según su contexto social, económico y cultural.

Además, existe un sentido selectivo de nuestras percepciones porque escuchamos y observamos lo que nos interesa, de acuerdo con nuestra cultura, nuestros valores y nuestros tabúes. A esto hay que agregar nuestras propias limitaciones físicas pues nuestros sentidos no abarcan las cosas en toda su capacidad, ya que el oído, por citar un ejemplo, tiene límites inferiores y superiores.

Cuando se trató el tema de la forma de codificar o decodificar, se acudió a los postulados de la Gestalt o estructura, en los que se concibe a la realidad como un todo interrelacionado que influye en sus partes cada vez que una de éstas tiene un cambio. Un orientador vocacional comentó que existe la técnica de Roschard, la cual nos permite realizar un trabajo para percibir actitudes de los alumnos a través de estos elementos plasmados en una secuencia de dibujos; experiencias, más imaginación, más fantasía, más convicción y valores.

En otra sesión, se tuvo la presencia del periodista Antonio Moreno Vázquez, quien posee una experiencia de 25 años en prensa, radio y Televisión, y tenía a su

cargo en esa época el programa televisivo "Punto de vista". El comunicador enfatizó la necesidad de utilizar los medios de comunicación y las técnicas que de ellos deriven, sobre todo ahora que los programas de español tienen en un 70% de su contenido aspectos comunicativos y el 30% restante es de gramática. Dicho de otro modo, la comunicación ya es el mundo de los estudiantes, por lo que ahora es necesario tener a maestros preparados en las técnicas de los medios de comunicación y que sepan como manejar la información. Comparó a los mentores con un jefe de redacción de un periódico.

Comentó también que prestando sus servicios en una escuela secundaria logró formar un club de periodismo con los alumnos. Éstos disponían del sistema de bocinas de la escuela y en el recreo hacían comentarios de los acontecimientos importantes para sus compañeros como sus cumpleaños, resultado de encuentros deportivos y felicitaciones a sus maestros. Toda esta información era recabada por los integrantes del club.

El club inició con un taller en donde se planteó la búsqueda de la información partiendo de la preguntas: ¿Qué escribo? ¿Cómo consigo la información que necesito? ¿Cómo logro comunicar lo que escribo?, y otras más.

Se recomendó a todos los presentes tomar este taller, al cual invitó al periodista, ya que su objetivo general es: terminado el taller, el capacitado podrá comunicarse con los demás por escrito en forma diversa y adecuada

El taller tiene un 30 % de técnicas y habilidades periodísticas, y un 70% de prácticas de redacción, de tal forma que le permiten al que lo termina, investigar y recabar información sobre los más diversos campos de la actividad humana además de que puede procesar información de fuentes, grupales, entrevistas, de observación directa así como de rendir informes resumidos o pormenorizados.

El conferencista abordó el asunto referente a la necesidad de demostrar la calidad de trabajo del egresado de la UPN, colocando en una sola escuela a puro egresado de esta institución.

Así, se podría verificar el avance de los egresados y la puesta en práctica de sus conocimientos. Señaló el periodista la necesidad de que cada escuela cuente con un aparato de televisión, y de ser posible, hasta con un circuito cerrado.

Una clase grabada de un maestro se podría aprovechar muchas veces de esa manera. A ello añadió la necesidad de contar con un salón, que funcionara como aula de video. Aclaró que para esto es importante preparar a los profesores en el manejo de los medios, en la selección de los materiales y en propiciar el uso adecuado de estos recursos a los alumnos.

También se comentó acerca de esa maravilla que es la televisión, pero que en un momento dado puede convertirse en un peligro para el televidente pues lo puede convertir en un ser pasivo y no reflexivo, ante la abundancia de mensajes y la rapidez con que se dan puede hacer que el individuo pierda su capacidad de análisis.

Se recomendó especialmente que los alumnos analicen los mensajes publicitarios, las noticias y las imágenes que puedan lograr, con la intención de que desarrollen su capacidad crítica.

Se consideró que el maestro debe aprovechar el planteamiento de la Modernización Educativa ya que le brinda la oportunidad de ser el eje de la enseñanza: tiene la libertad de generar las estrategias de aprendizaje, en donde el alumno sea partícipe de su propio aprendizaje.

De igual manera se opinó que para lograr las metas, no sólo es necesario empezar por el maestro, sino que es indispensable que los directivos se preparen ante los cambios que se han dado en la educación y que ya los han rebasado.

La importancia del punto anterior radica que ellos son las autoridades que tienen un trato más directo con los mentores y son quienes deben proporcionar la orientación adecuada ante los problemas educativos que surjan.

En cambio, lo que ocurre actualmente es que los directivos ordenan de manera vertical y autoritaria lo que se debe hacer, para ocultar su falta de conocimientos teóricos y metodológicos. Parte de la deficiencia de los directivos ha hecho de que se tomen decisiones en contra de lo propuesto por la Modernización Educativa.

Al término del curso introductorio los participantes hicieron las siguientes propuestas:

- Que el Gobierno del Estado, por medio de la Secretaría de Educación Pública, destine un presupuesto para implementar desde la UPN, unidad Mérida, el Proyecto Multimedia como una propuesta de apoyo a la educación básica en Yucatán.
- Establecer un área de investigación dentro de la estructura educativa con personal especializado para formular la normatividad y sistematizar el estudio de los medios de comunicación como instrumento educativo.
- Contemplar en forma clara, amplia y con la importancia requerida, el papel de los medios de comunicación en la Ley Estatal de Educación y demás ordenamientos jurídicos para el óptimo aprovechamiento de este recurso.
- Desarrollar las investigaciones necesarias para el planteamiento del marco jurídico así como orientar la labor investigativa en el logro de la innovación

curricular para el establecimiento de contenidos y métodos educativos en la formación, actualización y profesionalización del docente.

- Implementar paralelamente un ambicioso programa de " Educación para los Medios" en la modalidad no formal para todo público, aprovechando los medios de comunicación.
- Recomendar a las instituciones responsables la creación de mecanismos para la vigilancia y correcta función de los medios de comunicación en su programación, incluyendo la comercial o, en todo caso, recomendar la adecuación de las leyes y su reglamentación en el Estado.
- Que el Gobierno del Estado establezca convenios con los medios, a fin de que éstos incrementen los espacios dedicados a temas educativos, enfocados tanto a la población escolar, como a la sociedad en general, en horarios apropiados.
- Impulsar el desarrollo de programas para los medios de comunicación que exalten los valores como la solidaridad, la democracia y el fortalecimiento de nuestra cultura maya.

En este curso cabe mencionar la participación de maestros de diversos niveles: preescolar, primaria, secundaria, así como asesores de la Unidad Mérida y las subsedes de la UPN de Tekax y Valladolid.

B. Segundo período.

En el segundo período, comprendido de marzo a mayo de 1995 se realizaron las siguientes actividades:

- La presentación de la propuesta a través de un taller, a maestros de la Escuela Primaria "Colegio Americano", el día 30 de marzo.
- La publicación del artículo " Los medios de comunicación, una alternativa en la educación del nuevo milenio", en la revista Comunicación Educativa de la Secretaría de Educación del Gobierno del Estado, edición del mes de marzo
- Ante invitación del Profr. Alexis López Pérez, coordinador general de la consulta popular para elaborar el Plan Nacional de Desarrollo 1995-2000 en los temas de Educación Básica y de Formación, Nivelación, Actualización y Superación Profesional de Maestros, asistimos a la ciudad de Guadalajara, Jalisco, a la presentación del proyecto el 19 de abril.

- Ponente en la consulta del PND 1995-2000 con el tema: "Alternativa Educativa ante los medios de comunicación", el 25 de abril en esta ciudad.
- Encuentro con estudiantes de Licenciatura en Periodismo y Ciencias de la Comunicación del Instituto "Las Américas", sobre "La comunicación y la educación" el 28 de Abril.
- Se presentó el proyecto a maestros y estudiantes de la Maestría en Educación: campo diseño curricular, en la Unidad 31-A, Mérida.
- En este segundo período se conformaron las principales vertientes del Marco Teórico del proyecto, asimismo se realizó el análisis del instrumento para el diagnóstico; éste fue aplicado del 27 de mayo al 2 de junio.
- Al finalizar el período se editó un video con las principales actividades realizadas durante el trimestre.

C. Tercer período.

Este período comprendió de Junio a Agosto de 1995.

- Presentación de la ponencia "Alternativa educativa ante los medios de comunicación", durante el coloquio sobre Formación y Actualización de Docentes en Yucatán, realizado el 22 y 23 de Junio en la Unidad Mérida, de la UPN.
- Asistimos a la reunión de seguimientos de proyectos de investigación educativa en la ciudad de Campeche el 29 y 30 de Junio, con la asistencia del Director General de Investigación Educativa -SEB y N- SEP Mtro. Alberto Navarrete Zumárraga.
- Publicación del artículo "Retos al educador del futuro", en la revista Comunicación Educativa # 12 del mes de Julio, en donde se analiza la influencia de los medios de comunicación en la educación.

1.- El Curso Taller de Educacion para los Medios (Multimedia UPN)

Iniciamos la organización del Taller Multimedia durante las primeras semanas del mes de julio, invitando a los medios de comunicación (prensa, radio y Televisión) así como, de manera significativa, al personal de la radio XEPET "La voz de los mayas", de Peto, Yuc.

Este trabajo es precisamente un acercamiento a los medios de comunicación por parte del educador, y en esto se insistió durante todo el proyecto; el cómo abordar estos espacios y cómo utilizarlos, esta es la idea de la nota periodística del maestro Lorenzo Salas, quién comenta en un rotativo local sobre el curso a impartirse el día 24 de julio, fecha de inicio del Curso- Taller.

"Impartirán curso Multimedia en UPN "

En la nota se plantea lo siguiente: " En el taller que vamos a impartir a partir de mañana , se hará una introducción para que los maestros conozcan la conceptualización multimedia y se concienticen con respecto a los usos de los medios de comunicación". Asimismo la maestra Guadalupe Hernández Luviano comentó: "que acaba de retornar de La Coruña, España en donde participó en un foro de educación para los medios [...] en este evento hubo gente conocida: Marshall McLuhan, Rick Shepard de Canadá, Agustín García Mantilla de España; Mario Kaplún de Uruguay; Costa Críticos de Sudáfrica; Ismar Oliveira de Brasil; Roberto Aparicci de Argentina y otros estudiosos. En el Festival Internacional del Video, realizado en Tenerife, España, la Profra. Hernández Luviano obtuvo Mención especial por su trabajo intitulado " El juego de los medios, el cual se usa como material del curso que viene a desarrollar a Mérida."

El programa del curso-taller fue el siguiente:

Lunes 24 de Julio

8:00-10:00	* Acto inagural * Trabajo en grupos: video " El juego de los medios. *Comentarios
10: 00-10:30	Receso

10: 30- 13:00 * Encuesta de consumo de medios

Martes 25

8:00-10:00 * Evolución del lenguaje audiovisual ; origen y desarrollo

* Imagen fija y en movimiento

* Lectura de imagen - Elementos del lenguaje sonoro

* Audio: El lenguaje sonoro

10:00-10:30 Receso

10:30-13:00 * Particularidades del mensaje audiovisual educativo

* Video

* Documental " Los que se van "

* Ficción "Puede hablar un poco más alto por favor"

* Educativo " Adolescencia y plan de vida "

* Análisis y discusión

Miércoles 26

8:00-10:00 Video " La imagen y la realidad" . comentarios

* Elementos del lenguaje audiovisual

* Planos, ángulos, movimientos, montaje.

10:00 -10: 30 Receso

10:30-13:00 * El proyecto audiovisual

* Guión

* Preproducción

Jueves 27

- 8:00-10:00 * La historieta y su lenguaje: Ejercicio para el manejo de la narrativa.
- * El proceso creativo
 - * Videos: " In porta infero". " Estudio para cuello y ventana"
" El sacrificio".

10:00-10:30. Receso

- 10:30-13:00 * Equipos de trabajo - Desarrollo de un proyecto audiovisual.
- * Objetivos, usuarios, tratamiento y estrategia de aplicación

Viernes 28

- 8:00-10:00 * Procesos de recepción
- * Video: mensajes y audiencias
 - * Análisis de programas televisivos.

10:00-10:30 Receso

- 10:30-13:00 * Ejercicio: La recepción de la familia.
- * Familia y escuela ante los medios de comunicación.
 - * Clausura el curso.

Durante los días del curso realizamos: actividades de difusión con los medios, visitando periódicos, radios y la Televisora Canal 13.

Destacamos las siguientes notas periodísticas

**"Inició el curso Multimedia en la UPN," martes
25 de Julio, Periódico Por Esto!**

Comentarios sobre la inauguración, y el curso, como son: "Cuando se le preguntó a los asistentes si consideraban que la televisión destruye por la tarde lo que los docentes construyen por la mañana, hubo variadas respuestas; algunas de ellas reflejaron la vieja contradicción entre los profesores y este medio [...]. La visión adecuada es pensar que en la televisión también se construyen conocimientos, diferentes tal vez a los deseados por los profesores, pero también son concepciones de una parte de la sociedad. Además, hay que insistir en lo que aporta la Televisión debe ser aprovechado por los educadores, porque quierase o no, la lucha contra ella es inútil. En uno de los ejercicios, se evidenció que los dos medios más usados por los profesores son la Televisión y la prensa escrita, pues 13 la señalaron en primer lugar de sus preferencias con fines informativos y 12 a los medios escritos. Destacó que ninguno de los presentes usa los videos, así como tampoco las historietas."

En entrevista de prensa efectuada en la Unidad Mérida, el Diario de Yucatán plasmó la siguiente información el martes 25 en su sección de Imagen:

"Los medios audiovisuales, subutilizados por los maestros como apoyo a su labor educativa"

La reportera Lic. Lizzete Peniche preguntó a los asesores del curso sobre el papel de los medios sobre la educación y ellos señalaron: "Los maestros aún no utilizan en este país los medios audiovisuales —

filminas, transparencias y vídeos— como apoyo en su tarea educativa. Hasta ahora el sector educativo no aprovecha adecuadamente esos instrumentos de difusión. Lamentablemente, en México los maestros utilizan poco estos medios como recurso de aprendizaje; se subutilizan, cuando en realidad ofrecen amplias posibilidades que no deben remitirse sólo a la diversión..[..]. Ya es hora de que el sector educativo cambie de actitud y se olvide de los rezagos

Debemos tratar de fortalecer la verdadera cultura audiovisual, crítica y participativa, que se sirva del potencial de los medios de comunicación para apoyar los programas urgentes de formación y actualización del magisterio. La maestra Hernández Luviano comentó que: "la UPN fue pionera y diseñó el primer curso de educación para los medios, a fin de actualizar a los maestros de enseñanza básica con el uso de más medios como material didáctico. La creatividad del educador juega un papel importante, pues dependiendo de ella los medios pueden utilizarse como fuentes de información, estudio y práctica orales que contribuyan a una formación más completa de los alumnos"

Dentro de las actividades señaladas por el taller estaba el análisis de una serie de videos; en una nota del periódico POR ESTO !, del miércoles 26 de julio, el maestro Lorenzo Salas, participante en el taller, comentó:

"Estrujante video presentado en el curso Multimedia"

"El segundo día del curso de multimedia que se está llevando a cabo en la Unidad 31-A de la Universidad Pedagógica Nacional,resultó, si usáramos un término televisivo, de alto voltaje. Los asistentes que aumentaron hasta 55 —cuando estaban previstos 20—, pudieron presenciar tres videocintas con diferentes temas, enfoques y tratamientos. De los tres, por su calidad en el manejo de los tres lenguajes (sonoro, imagen y verbal), el que se refirió a los

indocumentados que se ven obligados a cruzar la frontera norte para sobrevivir, fue el que más impactó a la audiencia." Más adelante, comenta acerca de las implicaciones segregacionistas y la xenofobia al que se enfrentan nuestros paisanos al intentar cruzar la "línea", encontrándose carteles en el lado mexicano que reflejan la "conciencia que han adquirido los trabajadores y el grado de politización que han alcanzado merced a su situación de desposeídos de esta sociedad. Con letras grandes, se puede leer: NO somos ilegales. No somos invasores. SOMOS trabajadores internacionales. Otro, reclama: Esta tierra nos fue robada. Esta tierra es nuestra."

El periodista nos pone a reflexionar sobre las características económicas que los obligan a emigrar y cómo nos lo plantean: "Trabajo con pala y pico igual que en México, pero aquí me pagan más". Así como de las condiciones en las que se encuentran: "Trabajo en todo lo que caiga, pero no vaya usted a creer que las cosas están aquí mejor que en México, lo que pasa es que no nos podemos defender. Nos dan un lonchecito o un sandwich y nos dicen que luego vuelven por nosotros, que mañana nos pagan y resulta que al día siguiente, nada, no vuelven"

En síntesis, "en esta cinta se refleja el profesionalismo de sus realizadores, el reclamo por hacer de México un país mejor, más justo y democrático, aspiración que muchos tenemos y a la que todos tenemos derecho. De las otras videocintas, una trata el problema de los sordomudos de manera divertida y la última, se refiere a los conflictos que se dan entre padres e hijos."

El mismo día el Diario de Yucatán publicó:

" El verbalismo, práctica ajena a la realidad "

"Imagen y sonido, medios desaprovechados en los proceso de educación elemental"

Aunque este periódico no acostumbra poner el nombre de sus reporteros, cabe mencionar que la nota la realizó la Lic. Lizzette. Peniche, actualmente en la sección Imagen. Retomó de la sesión los siguiente comentarios :

"Pese a la riqueza de los medios audiovisuales, los maestros aún utilizan en la aulas el verbalismo como medio de comunicación y no se percatan de que esta práctica se aleja de la realidad de los niños, manifestó ayer la Profra. Guadalupe Hernández Luviano, coordinadora nacional del proyecto "Multimedia UPN" de la Universidad Pedagógica Nacional, en la segunda jornada del taller "Educación para los medios".

"La especialista explicó que el problema radica en la formación de los maestros, quienes en su etapa estudiantil carecieron de orientación para el uso de medios audiovisuales "

Además, hizo notar que "los libros de texto modernos contienen muchas imágenes que los docentes no aprovechan para hacer atractivas sus clases. En vez de recurrir a nuevas opciones, los maestros conservan como material por excelencia para la educación las conocidas imágenes de vaca con otros animales, monografías científicas, biografías de los héroes patrios y otros materiales que se venden en las librerías. El desaprovechamiento de los nuevos materiales ocasiona que el niño se aleje paulatinamente de la escuela, pues su intelecto está más relacionado con la televisión, como las luchas entre "super héroes", escenas de guerra e imágenes computarizadas que no son acordes a su entorno."

"A su vez , el LCC Javier Arévalo Zamudio de la Escuela de Ciencias Políticas de la UNAM, reconoció que el niño moderno está más consciente del manejo de imágenes que el propio maestro. Los niños y jóvenes se distraen más con la televisión y compran historietas y todo material impreso que cae en sus manos- explicó- . Por tanto están más "

empapados" de la realidad visual, por buena o mala que sea, que los mismos adultos."

"Dijo que a los medios de comunicación se les cuestiona por la divergencia del tipo de valores culturales e ideológicos que promueven a diferencia de los que la escuela pretende fomentar, como el amor a la patria y a las tradiciones. La mayoría de los programas de Televisión dirigidos al público infantil —subrayó— promueven la violencia y otros antivalores, lo cual debería considerarse como puntos de discusión en las aulas para que los alumnos se percaten de la clase de información y caricaturas que "disfrutan" en sus momentos de esparcimiento."

"Insistió en que los maestros deben organizar foros de análisis en las escuelas porque los niños y jóvenes de hoy están más relacionados con imágenes y sonidos que con la letra impresa". De igual manera reconoció que "la creatividad es una herramienta indispensable en la labor del maestro, pues con pocos recursos puede elaborar trabajos de audio capaces de fomentar conocimientos a los alumnos".

El Diario de Yucatán el domingo 30 de julio publicó la nota de la clausura del curso y se expresó en los siguientes términos :

"Conclusiones de un taller"

"El análisis de audiovisuales, parte de la tarea educativa"

" La integración del estudio y análisis de los medios de comunicación en los planes y programas educativos fue la propuesta que se destacó ayer durante la clausura del taller "Educación para los Medios "que organizó la Unidad Mérida de la Universidad Pedagógica Nacional".

"Como informamos, 55 maestros de educación básica del Estado participaron durante cinco días en el curso, que impartieron los Sres. Javier Arévalo

Zamudio y Profra. Guadalupe Hernández Luviano [...] El objetivo del evento —que a juicio de los organizadores fue un éxito— consistió en orientar a los profesores para que apliquen diversos lenguajes y medios audiovisuales en la práctica docente...porque es necesario brindar mayor información a los maestros sobre el diseño de materiales didácticos y audiovisuales para mejorar la labor educativa."

"Aunque la educación en medios audiovisuales es incipiente en el país, hay mucho camino por recorrer, sobre todo porque los maestros no aplican en sus aulas estrategias de comunicación educativa. Explicó el LCC Arévalo Zamudio que uno de los proyectos es fomentar un intercambio entre el sector educativo de cada entidad, los medios de comunicación y los grupos organizados para brindar información sobre el contenido real de los programas de Televisión. No es necesario llegar a la censura, dijo, sino regular el tipo de programa, pues en su mayoría están llenos de violencia y agresividad,. [...] precisó que el sector educativo ha invertido poco en el proyecto de medios de comunicación como material de trabajo."

"Para ellos (quienes pertenecen al sector educativo), la actividad de la comunicación es algo secundario que no se considera dentro del presupuesto anual en educación. —apuntó—. De no afrontar el reto de integrar a los medios de comunicación, dejaremos que la escuela siga perdiendo relevancia como institución educativa"

"También consideró urgente que los maestros del país se organice en grupos formales de trabajo para continuar el proyecto Multimedia. Recordó que en Morelos hay una propuesta por medio de la cual diversas primarias, secundarias técnicas, Normales y la Asociación de Jubilados analizan opciones para incluir en los planes de estudios la formación en medios de comunicación "

"En el último día de actividades del curso efectuado en uno de los salones del Hotel D' Champs, los

participantes presentaron varios trabajos audiovisuales sobre aspectos de la ciudad de Mérida."

"La Profra. Leticia Torres González, representante de la SEP en el Estado de Yucatán, clausuró el evento en compañía del sector educativo y la UPN"

Por su parte el Periódico Por Esto! difundió el evento el lunes 31 de julio. La periodista Cecilia Silveira, informó lo siguiente:

"No debe verse como un artículo de lujo"

"Medios de comunicación, positivo para mejorar el nivel educativo"

"El problema de la educación es que aún no se ve a los medios de comunicación como una herramienta en primer término y sí como un mero artículo de lujo, por eso no se destina el suficiente presupuesto para la elaboración de video, libros o revistas", opinó el maestro Javier Arévalo Zamudio, momentos después de la clausura del Curso de Multimedia que se realizó en la Universidad Pedagógica Nacional (UPN), Unidad Mérida del 24 al 28 de Julio."

"Mencionó que en el material que presentaron durante el Curso de Multimedia de la semana pasada, se incluye material producido este año, mismo que se pensaba reproducir a nivel masivo no sólo a maestros sino a cualquier interesado: Pero no hubo el presupuesto necesario, aunque el proyecto sigue vivo y se espera que en cuanto pase la crisis se logre", aseveró.

Asimismo se refirió a que "la manipulación de los medios de comunicación, tales como la televisión, la radio o el cine, que en varios países europeos se utiliza desde hace varias décadas, podría convertirse en nuestro país en todo un eje de trabajo, en beneficio de la educación. En este aspecto sí hay países, como por ejemplo Inglaterra, en donde nos

llevan mucha ventaja en cuanto a experiencia y resultados en la utilización de los medios; por eso ya viene siendo hora de que en México también hagamos algo al respecto," dijo.

"Por su parte, el Profr. Jorge Ortiz, coordinador regional del Proyecto Multimedia, opinó sobre "las ventajas que puede tener este tipo de educación por encima de la técnica tradicional: permite un mejor entendimiento entre maestros y alumnos, facilitándole al alumno asimilar con mayor rapidez las ideas, así como propicia un diálogo más abierto en donde el estudiante este en mayores posibilidades de opinar y de intercambiar puntos de vista con su mentor, aseguró."

Reconoció que "efectivamente este tipo de de cursos ha despertado el interés, mayoritariamente, de los futuros profesionales de la educación, aunque los maestros ya titulados también se han acercado a conocer más al respecto con el objetivo de actualizarse"

"Muestra de ello es que rompimos con la cantidad asistencia planeada —dijo—, en un principio habíamos calculado un máximo de 37 personas en el curso, pero finalmente asistieron 55. Se espera que el proximo gobierno le dé continuidad al presente programa de educación para los medios. Pero sólo con la numerosa participación de los interesados se podrá conseguir que el futuro gobernador genere apoyos para futuros cursos"

En términos generales se puede considera que el taller cumplió con las expectativas generadas ya que participaron 55 maestros, tanto de educación básica, como de secundaria, especialistas del Departamento de Computación Electrónica en la Educación Básica (COEBBA), de la Dirección General de Educación Tecnológica en Yucatán (DGETA), y personal de la radio XEPET "La voz de los mayas", de Peto Yucatán, en especial el director de la misma el Lic. Ángel Díez. Durante el curso periodistas de la radio cubrieron parte de las sesiones, las cuales transmitieron durante sus emisiones de noticias. Esto resultó de lo más interesante porque pocas veces se da tanta difusión a un evento educativo, por parte de los medios de la localidad: prensa,

radio y televisión; así como la amplitud de los participantes; desde profesores sin gran conocimiento sobre los medios de comunicación hasta profesionales de los mismos.

Cabe señalar que el miércoles 26 de Julio, asistimos los maestros Javier Arévalo Zamudio, Guadalupe Hernández y el coordinador del Proyecto en la UPN-Mérida, ante invitación del periodista Antonio Moreno, a su programa de Televisión "Punto de Vista", el cual fue dedicado en la hora de transmisión al Proyecto Multimedia de la UPN.

Este período finalizó editando un video con las actividades realizadas durante el trimestre.

D. Actividades realizadas en el período septiembre, octubre y noviembre de 1995.

Con el fin de seguir recabando información, asistí al Simposio Internacional "Formación Docente, Modernización Educativa y Globalización" en la Unidad Ajusco del 11 al 15 de Septiembre. En ese evento estuvieron en la conferencias magistrales, maestros de nuestro país y de otros como: José Gimeno Sacristán, de la Universidad de Sevilla, España; Akira Sato, de Research División of the National Institute For Educational Research de Japón; Emilio Tenti Fanfani, Unicef Argentina; Pablo Latapí, María de Ibarrola, Sylvia Schmelkes, etc. En este Simposio se conoció al investigador Charles Ungerleider de la Universidad de British Columbia, de Vancouver, Canadá, quién me obsequió su libro *Television and Society*; es a partir de este encuentro que logro sostener un intercambio de materiales con el maestro Ungerleider; esto permite aumentar la visión del proyecto al incluir materiales de otro país para poder comparar sus condiciones con él nuestro, sobre todo por el hecho de estar en el norte de América y ser parte del acuerdo económico del TLC.

Impartimos el curso-taller "Técnicas de Investigación en la Prensa", coordinado por el periodista Antonio Moreno, del 18 al 22 de Septiembre.

El primer día se realizó la introducción, se revisaron los elementos de la comunicación, del lenguaje oral y una práctica de los que me gustaría hacer; estas actividades se complementaron con un pequeño escrito realizado casi al final de la sesión.

El segundo día revisamos las dos facetas de la redacción, recalcando que para poder redactar hay que tener información; entonces ¿ cómo obtenemos dicha información?. Hay que tener la capacidad de observar, para esto realizamos unos

ejercicios sobre la observación, para realizar una entrevista así como los elementos básicos para obtener información.

Para el tercer día se redactó un informe sobre lo tratado en los dos días anteriores, y se realizó un reporte sobre un recorrido de observación; analizamos como procesar la información a través de la cronología y la priorización.

El cuarto día terminamos de revisar la estructura de la priorización de la información; ese día aplicamos la información realizando un guión para un noticiero de radio, el cual supuestamente se tenía que transmitir ese día. A los maestros asistentes les pareció interesante poder ser parte de la información; después de realizar el guión, grabaron en un pequeño aparato de radio sus noticias, supuestamente enviadas al auditorio, con toda una serie de modulaciones en su voz; esto les encantó, les pareció estar en una cabina de radio. Esto nos demostró que el maestro es un comunicador en esencia; sólo le faltan los elementos para poder realizar esta actividad periodística.

El quinto día fue de evaluación de las actividades anteriores se efectuó una muestra de sus trabajos efectuados. Este taller nos permitió comprender cuán importante es tener los elementos para poder ser partícipe en la producción y circulación de la información.

Para el seis de Octubre recibimos vía fax del Consejo Mexicano de Investigación Educativa, A.C. organizador del III Congreso Nacional de Investigación Educativa, la aprobación de la ponencia "El Proyecto multimedia en apoyo a la educación básica en Yucatán", y nos daban fecha y hora para ser presentada: jueves 26 de Octubre a las 18:00 horas. Es así como estuvimos en este importante evento para la educación que se efectuó en la Unidad Ajusco de la UPN del 25 al 27 de Octubre.

Dentro de los trabajos del Congreso la Mtra. Ma. Luisa Chavoya del Departamento de Educación de la Universidad de Guadalajara realizó una invitación al investigador para visitar esa área de la institución, así como el Departamento de Estudios de la comunicación Social. En este departamento se sostuvo un encuentro con algunos de los investigadores, como la maestra María Elena Hernández y el reconocido Investigador Raúl Fuentes Navarro, maestro en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Este experto de igual manera invitó a al investigador a visitar esa institución, lo cual se realizó, en ella se estableció relaciones con la maestra Cristina Romo de Rossell, después de una plática, se consiguieron algunos de sus libros, como "La otra radio". "Voces de esperanza" y "Ondas, canales y mensajes", "Un perfil de la radio en México". El maestro Fuentes Navarro quien es uno de los investigadores más reconocidos a nivel nacional en el área de la comunicación obsequió en diskettes, el archivo del Consejo Nacional para la enseñanza y la Investigación de la Ciencias de la Comunicación

(CONEICC), al llegar a esta ciudad de Mérida se ofrecieron a las siguientes instituciones: el ICSMAC y a la Universidad del Mayab. Con todos estos materiales obtenidos, se puede decir que ya se tenía el hilo conductor para poder fortalecer la investigación.

El 24 de noviembre se efectuó un encuentro con los estudiantes del noveno semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Mayab, en el seminario "Comunicación y Educación" con la plática sobre el Proyecto Multimedia de la UPN, organizado por el Br. Alejandro Rosel, actual coordinador del noticiero del Canal 2 local de Televisión.

E. Conclusiones.

1. La comunicación en los tiempos actuales es de gran importancia para la sociedad en general, toda vez que con los adelantos de la ciencia y la tecnología es posible estar al día con los acontecimientos más trascendentales que se generan en el mundo a la misma hora en que están aconteciendo, por lo que debe ser manejada con ética y profesionalismo para no deformar la realidad y los valores sociales.
2. Es sumamente necesario cuidar el lenguaje que se maneja a través de los medios masivos de comunicación, ya que los pueblos pueden perder su identidad cultural sometidos a un incesante bombardeo publicitario enajenante que promueve el consumismo, por lo cual las autoridades deben de legislar para proteger a sus ciudadanos y evitar que el medio masivo de comunicación genere una mayor dependencia del extranjero.
3. La radio es uno de los medios masivos de comunicación de mayor penetración en el conglomerado humano, ya que llega a rincones apartados donde otros medios, por situaciones geográficas y económicas no pueden hacerlo. Por ello, considero que gobierno y sociedad civil deben conjuntar esfuerzos para lograr hacer de ella un vehículo de educación y vínculo con las comunidades más alejadas.
4. A pesar de que en la actualidad se está utilizando la televisión como un medio educativo, no se le ha dado la importancia ni los recursos suficientes para hacer de ella la herramienta auxiliar idónea que pueda llegar a ser, tal y como acontece en otros países de los llamados desarrollados. Dada la influencia que ejerce entre la población en todos los estratos sociales, debería ser aprovechada para promover nuestros valores y cultura nacional sin escatimar costos; de esta manera se pueden formar mejores ciudadanos.
5. Hay que reconocer que en nuestro país, desde principios de siglo, se han hecho numerosos intentos por normar y legislar acerca de la utilización de los medios

masivos de comunicación; sin embargo, hasta la presente fecha dichos esfuerzos han sido nulos o letra muerta, ya que nadie los acata por diversas circunstancias. Lo anterior da como resultado que cada entidad o empresa dedicada a prestar esos servicios, se maneja a su libre albedrío, acorde a sus intereses, ante el beneplácito de la mayoría que, aunque diga no estar de acuerdo con ello, no hace nada por tratar de impedirlo.

6. Es necesario que la sociedad en su conjunto logre subordinar a los medios masivos de comunicación para beneficio de la colectividad y no tan sólo beneficie a unos cuantos, sobre todo en lo económico como sucede en nuestro país, por lo cual cobra mucha importancia la educación que impartimos puesto que es el medio ideal para que los individuos puedan sentirse libres de cualquier cadena de opresión y enajenación, lo que les permitirá llegar a ser personas analíticas, críticas, reflexivas y propositivas, como el prototipo de ciudadano que en la actualidad requiere nuestro México.
7. Los maestros tenemos el deber ineludible de orientar a nuestros semejantes para que el tiempo de ocio que tengan lo utilicen en forma adecuada y sepan seleccionar los programas que sean de provecho para los suyos. Si todos cumplimos con nuestro deber a corto o mediano plazo tendremos resultados satisfactorios al respecto.
8. El desarrollo y aplicación de proyectos de educación para los medios como el Multimedia-UPN, resultan imprescindibles dadas las condiciones y perspectivas que los medios masivos de comunicación ejercen sobre la sociedad, tal y como se ha analizado en el presente trabajo.

F. Propuestas del investigador.

Con base en los resultados se realizan las siguientes propuestas:

1. Crear en los estados sistemas de Comunicación Educativa; en principio una radiodifusora, más adelante, televisoras. Existen experiencias en países como: Canada, Inglaterra, Australia, etc., que nos demuestran que se puede establecer un sistema estatal y nacional con calidad en las emisiones y producciones. El material humano existe.
2. Generar convenios entre los gobiernos de los estados y los Medios, a fin de que éstos incrementen los tiempos dedicados a temas educativos, enfocados tanto a la población escolar como a la sociedad en general, con horarios apropiados (ej: 14:00 a 20:00 hrs).

3. Establecer un área de investigación dentro de la estructura educativa, con personal especializado, para formular la normatividad y sistematizar el estudio de los medios de comunicación como instrumento educativo.
4. Reglamentar, en forma clara, amplia y con la importancia requerida, el papel de los medios de comunicación en las Leyes Estatales de Educación y demás ordenamientos jurídicos para el óptimo aprovechamiento de este recurso. Oaxaca ha avanzado en ese sentido con la expedición de la Ley Estatal de Educación que establece en su artículo 64:

“Los medios masivos de Comunicación en el ámbito de sus funciones contribuirán en el proceso educativo; para tal efecto, el titular del Poder Ejecutivo Estatal promoverá:

- I. La creación de espacios de difusión de las culturas de la entidad, así como de la cultura nacional.
- II. La creación de programas de reforzamiento de contenidos para la educación básica, media superior y superior.
- III. El acceso a los educandos, educadores y padres de familia en la realización de programas educativos a través de la radio y la televisión.

Para conseguir tales fines, se promoverá que los medios de comunicación masiva destinen diariamente tiempo suficiente, en horarios adecuados.

5. Implementar paralelamente un programa de "Educación para los Medios", en la modalidad no formal, para todo público aprovechando los medios de comunicación.
6. Desarrollar las investigaciones necesarias para el planteamiento del marco jurídico así como orientar la labor investigativa en el logro de la innovación curricular, para el establecimiento de contenidos y métodos educativos en la formación, actualización y profesionalización de docentes.
7. Crear una estructura de comunicación social dedicada a la educación indígena que incluya: transmisiones en lenguas de la región, arte indígena, tradiciones,

leyendas, medicina, rescatando los aportes de las etnias y propiciando su desarrollo social.

8. Que la SEP amplíe su dotación de equipo, (televisores, radios, grabadoras, videos, computadoras, etc.) así como genere cursos de capacitación en el manejo y mantenimiento de los mismos.
9. Propuestas para radio UADY:
 - Programas infantiles para escuelas en donde los niños puedan escucharlos. Que cada escuela o facultad genere su programa semanal. Programas en vivo con líneas telefónicas abiertas. Programa en Maya a las 6:00 AM.
10. Se necesitan crear programas para sectores Infantiles, Juveniles, Mujeres, Hombres, etc., así como disponer de repetidoras. En el estado en Tabasco existen nueve. Que cada Secretaría de Estado tenga un programa semanal (Estatal, Federal), así como las dependencias y organizaciones de la sociedad. Es necesaria una difusora en Maya en Mérida, dado el alto numero de hablantes en la ciudad y serviría para confirmar la identidad de los inmigrantes del campo.
11. Es necesario reglamentar la transmisión de comerciales; en CANADA, la BROADCASTING ACT básicamente permite un máximo de 20 minutos de comerciales por hora así como prohíbe anuncios durante o entre programas para los niños.
12. El gobierno debe proveer subsidios a los escritores, académicos, compañías de danza, teatro, así como a aquellos productores de documentales o filmes que contribuyan a reafirmar la cultura nacional. Preservar y generar espacios de reflexión y de crítica que sirvan de foros para la sociedad civil. Crear un organismo que abogue por el respeto hacia el público por parte de quienes dirigen las radiodifusoras; éste deberá plasmar la pluralidad y esté destinado a colaborar en el desarrollo de la política educativa que instrumente el uso y aprovechamiento de los medios electrónicos de comunicación social. Integrar a los radioescuchas con la radio para llegar al proceso de democratización de los medios.
13. La inclusión desde la escuela primaria de estudios sistemáticos de los lenguajes de los diversos medios audiovisuales, lo que propiciaría la resistencia a la manipulación y favorecería el desarrollo de aquellos para quienes la escritura no fuera el medio connatural de expresión.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR CARBAJAL, J.A. “Los medios de comunicación y la cultura nacional”. En: Problemas de Educación y Sociedad en México I. México. 1982, SEP-UPN. p. 266

AVILA, Raúl, La lengua y los hablantes, Editorial Trillas, México, 1990, p.

BERLIN Villafaña, Irving. Desigualdad Cultural y el poder de la radio. Tesis Facultad de Ciencias Antropológicas. UADY. 1992.

BOHMANN, Karin. Medios de comunicación y sistemas informativos en México. México. 1994. Alianza Editorial. p. 417

BOHOSLAVSKY, Rodolfo H. “Psicopatología del vínculo del profesor-alumno: el profesor como agente socializante”. En: Problema de psicología educacional. Revista de ciencias de la educación. Rosario. Argentina. 1975. p.

BRUNER, Jeromé y David R. Olson. “Aprendizaje por experiencia directa y aprendizaje por experiencia mediatizada”. En: Pedagogía en la práctica docente. México 1986. SEP-UPN. p 69.

CABERO, Almenara Julio y Jesús Salinas Ibáñez. Redes de comunicación y redes de aprendizaje. EDUTEC 95. Ed. Universitat de les Illes Balears, Palma, España, 1996, p. 543.

CANADIAN ASSOCIATION FOR MEDIA EDUCATION. A conceptual framework for media education & cross-curricular outcomes and opportunities for teaching and assessment. Canadá, Septiembre de 1994.

CASSIGOLI, Armando. Conocimiento, sociedad e ideología. México 1976. Anulles.

CASTELS Y TALNES, Antony, Indigenous Radio in Mexico, Latinamericanist, Center for Latin American Studies, University of Florida, December 1993, p. 6.

CHAVOYA, Maria Luisa. Poder sindical en Jalisco. La Sección 47 del SNTE. Universidad de Guadalajara. 1995. p 393.

CHARLES, Mercedes y Guillermo Orozco Educación para la recepción:. Hacia una lectura crítica de los medios, Ed. Trillas, México, 1990,p. 246.

-----Educación para los medios:. Una propuesta integral para maestros, padres y niños, Editorial ILCE, México, 1992, p. 255.

DIAZ MARTIN, Pedro. La radio en Yucatán, Tesis de Licenciatura, ITESO. Guadalajara. 1987.

DIRECCIÓN GENERAL DE CULTURA Y EDUCACIÓN DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES. La educación acerca de los medios audiovisuales. Capacitación Docente 1995. Módulo 5.. Argentina, 1995

Enciclopedia Yucatanense Tomo XII.- Historia de la comunicaciones. Mérida. 1981.

ESCUADERO, María Teresa. Lenguajes. México 1994: SEP-FOMES-UPN p. 46

ESPADAS Sosa, Freddy, en comunicación personal, octubre de 1995.

FERNANDEZ Christlieb. La radio Mexicana. Centro y Regiones. Juan Pablo. Estado de México. 1991.

FREIRE, Paulo. Pedagogía del oprimido. México: Siglo XXI 1972. p. 105

----- Los educadores de calle. Colombia: UNICEF 1987

FRANCO CACERES, Iván, La Investigación y la docencia, en Seminario la Investigación Socioeconómica en el estado de Yucatán, UADY, 1994.

FUENTES NAVARRO, Raúl. La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México. ITESO - CONEICC. Guadalajara. 1991.

----- Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América latina. CONEICC(FELAFACS). México.1992.

GARCIA MATILLA, Agustín. “Los medios para la comunicación educativa”. En: La educación para los medios de comunicación. México SEP-FOMES-UPN, 1994 p. 414

GOMEZ CHI, Rafael. Televisión:objetos de consumo.sección Unicornio. Periódico Por Esto!.Mérida, Yuc. 24 de marzo de 1996.pag.18.

GONZALEZ, Fernando. Comunicación, personalidad y desarrollo. Cuba 1995: Pueblo y Educación. p.141

GONZALEZ, Jorge. (comp). La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México. Universidad de Guadalajara. 1998. P. 383

GONZALEZ, Jorge. “Dominación cultural”. En: Expresión y comunicación. México 1988 SEP-UPN p. 294

GONZALEZ, Jorge. (comp). La cofradía de las emociones (in)terminables. Miradas sobre telenovelas en México. Universidad de Guadalajara. 1998. P. 383

GRANADOS CHAPA, Miguel. Comunicación y Política, Editorial Oceano, México 1988. P. 21.

GUTIERREZ, Francisco. El lenguaje total en el proceso de la educación liberadora. Colombia 1973 CIEC. p. 314

HERNANDEZ R., María Elena. La producción noticiosa. CEIC. Universidad de Guadalajara. 1995.p. 168.

HYBELS, Sandra, Weaver, Richard, La comunicación, Editorial Logos, México, 1990, p. 78.

INEGI, Censos Generales de 1990, México.

KAPLUN, Mario, El comunicador popular, Editorial Humanitas, Argentina, 1987, p.118.

KING, Argel. Un estudio sobre los medios de comunicación como medio de dominación económica e ideológica. Tesis. Facultad de antropología. UADY. Mérida. 1985.

KNAPP, Mark. La comunicación no verbal, Buenos Aires, 1991, Editorial Paidós, p.98

MARTINEZ, Irene. Alfabetización audiovisual. México 1994: SEP-FOMES-UPN. p.46.

MATTELART, Armand, Michelle. Historia de las teorías de la comunicación. Editorial Paidós. Madrid. 1997. P. 142

MORAGAS, Miguel. Sociología de la comunicación de masas. Ed. Gustavo Gilli. Mass media, Barcelona 1984, p.144.

MORAN, Porfirio, Propuestas de elaboración de Programas de estudio en la Didáctica tradicional. Ant. UPN, Planificación de las actividades Docentes, Méxicco 1986,p.289.

MORENO, Moreno, Prudenciano. "Investigación educativa y diseño curricular. Un enfoque desde la economía de la educación". En formación de recursos humanos, desarrollo tecnológicos y productividad, situación y alternativa, Coord. José Luis Calva. Universidad de Guadalajara. 1997, p. 281.

MORIN, Edgar. "Un tercer problema". En: La escuela y los medios de comunicación masiva. México 1986. SEP-BIBLIOTECA PEDAGOGICA. p. 159

OROZCO, Guillermo y Charles Mercedes. Educación para los medios. Una propuesta integral para maestros, padres y niños. México 1992 Instituto Latinoamericano de la comunicación educativa. p. 214

OROZCO, GÓMEZ Guillermo. El maestro frente a la influencia educativa de la televisión. Guía del maestro de educación básica. mirando la tv desde la escuela Vol. 1 y 2 . México: Fundación SNTE para la cultura del maestro mexicano,A.C. 1998 p. 84.

PAOLI, J. Antonio. Comunicación e información. Perspectivas teóricas. México 1994 UAM-TRILLAS. p. 138

PEÑA, Sánchez Jaime y Lucila Durán Aguilar. La cultura de las clases subalternas. UPN. unidades de Tlaxcala y Puebla. series cuadernos de ensayo,1994.p. 88

PEPINO Barale, Ana María. Radiodifusión Educativa. Ed Gernika. colección ensayos. UAM,Atzacapotzaco,1991. p. 235.

PETRELLA, Ricardo. Los límites de la competitividad: Como se debe gestionar la aldea global. Universidad Nacional de Quilmes. Ed Sudamericana,p 212.

PONCE, Aníbal. La gramática de los sentimientos. México 1992 Cartago. p. 77

PRIETO CASTILLO, Daniel. Discurso autoritario y comunicación alternativa. Premia Editora. México. 1991.

----- La pasión por el Discurso. Carta los estudiantes de comunicación. Dialogo Abierto 1. Comunicación. México. 1994.

-----. Retórica y manipulación masiva. Dialogo Abierto 2. Comunicación. México. 1994.

-----. Diseño y comunicación. Dialogo Abierto 7. México. 1994.

-----. La puerta del lenguaje. Dialogo Abierto 10. México. 1994.

-----. Cultura y comunicación. Dialogo Abierto 29. México. 1994.

PRIETO y Sierra, Eduardo. Apuntes para una antropología de la educación. Ed.CREFAL, Pátzcuaro; Michoacán, Mex., 1992, p. 105.

PUIG, José M., El esfuerzo Educativo de México, 1924-1928, Editorial SEP, México, 1928. pag. 140

RAMONET, Ignacio. La tiranía de la comunicación. Ed. Debate. Madrid, 1998. 222 pp.

ROMO DE ROSSELL, Cristina. La otra de radio. Voces de esperanza, Fundación Buendía-IMER. México. 1990. p. 195.

-----. Ondas canales y mensajes. Un perfil de la radio en México. ITESO. Guadalajara. 1991.

SANCHEZ, María Elena. Recepción. México 1994. SEP-FOMES-UPN. p. 47

SANCHEZ RUIZ, Enrique.(comp.) Teleadicción Infantil: ¿Mito o realidad?, en Rebeil y Montoya. Universidad de Guadalajara. Guadalajara. 1989.

------. Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas. CEIC. Universidad de Guadalajara. Guadalajara. 1992 a.

------. Tendencias de investigación sobre la TELEVISIÓN en México 1950 - 1990. CEIC. Universidad de Guadalajara. Guadalajara. 1992 b.

SARTORI, Giovanni, Homo videns. La sociedad teledirigida. Ed. Taurus. Madrid, España, 1998,p.160.

TOFFLER, Alvin. Power Shift. Knowledge, wealt and violence at the edge of the 21st century. Ed. Bantam Books. New York, 1991 p. 612

TOUSSAINT, Florence, Crítica de la información de masas, Ed. Trillas, México, 1991, p. 19-24.

TREJO DELARBE, Raúl. De la crítica a la ética. Medios de sociedad. El nuevo contrato público. CEIC. Universidad de Guadalajara. Guadalajara. 1995.

UNGERLEIDER, Charles. Televisión and Society. An Investigative Approach. Irwin Publishing. Canadá. 1985. p. 243.

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL. Expresión y comunicación. México, Antología 1988. p. 294

----- . Medios para la enseñanza. México Antología 1986. p. 310

----- . Planificación de las actividades docentes. México Antología 1987. p. 217

VALDES, Guadalupe. Imágenes de la realidad. México 1994 SEP-FOMES-UPN. p. 47

WOLF, Mauro, La investigación de la comunicación de masas, Ed. Paidós. México, 1991. P. 30.

ZAPATA Schaffeld, Francisco. Ideología y política en América Latina. Ed. El Colegio de México, 1997, p. 299.

REVISTAS

COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD. # 27. Departamento de Estudios de Comunicación Social. Universidad de Guadalajara. Mayo-Agosto, 1996. P. 268

----- . # 28. Departamento de Estudios de Comunicación Social. Universidad de Guadalajara. Septiembre-Diciembre, 1996. P. 216

----- # 30. Departamento de Estudios de Comunicación Social. Universidad de Guadalajara. Mayo-Agosto, 1997. P. 328

----- # 31. Departamento de Estudios de Comunicación Social. Universidad de Guadalajara. Septiembre-Diciembre, 1996. P. 270

----- # 33. Departamento de Estudios de Comunicación Social. Universidad de Guadalajara. Mayo-Agosto, 1996. P. 269

EDUCACION 2001 # 11 El impacto educativo de la televisión Ed. Instituto Mexicano de Investigaciones Educativas, S.C.México,D:F. Abril de 1996, p.64

----- # 33 Derechos humanos y educación. Ed. IMIE, S.C., México, D:F. 1998, p.64

-----# 36 La sociedad juzga a sus maestros. Ed. IMIE,S.C. México, D.F. mayo de 1998, p.64.

-----# 40 Educación y cultura de la imagen .Ed. IMIE, S:C., septiembre de 1998, p.64. ·

----- # 43 Tecnología. La revolución en educación. Ed. IMIE, S. C., diciembre de 1998, p. 64..

LA TAREA. La educación a distancia. No. 11. Ed. SNTE. Guadalajara, jalisco. Agosto de 1999. P. 112

REGLONES # 23 Educación cognoscitiva Ed. ITESO Guadalajara, Jalisco febrero de 1998. p. 59.

-----# 39 Educación y nuevas tecnologías. Ed. ITESO, Guadalajara, Jalisco, diciembre de 1997- marzo de 1998, p. 80

SINECTICA # 12 Las nuevas tecnologías y los procesos educativos. Ed. ITESO, Guadalajara, Jalisco, Enero-Junio de 1998, p. 84.

ANEXO

ENCUESTA PARA EL DIAGNOSTICO SOBRE LA DISPOSICION DE LOS MAESTROS PARA ACEPTAR LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN EL AULA.

Lic. Jorge Alberto Ortiz Mejía.
Mtro. Mario Gutiérrez y Hernández.
Mayo de 1995.

La presente encuesta tiene como propósito general ser el instrumento que capte la información necesaria para elaborar un diagnóstico que permita visualizar los siguientes objetivos:

- a) Conocer la noción y el valor que los maestros yucatecos tienen acerca de los medios de comunicación.
- b) Conceptualizar la relación de los maestros con los medios de comunicación.
- c) Conocer la disponibilidad de los maestros para aceptar los medios de comunicación como instrumentos, apoyos y medios de socialización en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- d) Conocer la disponibilidad de los maestros para participar en un ejercicio de uso de los medios de comunicación en el aula.
- e) Conocer la relación que pudiera existir entre el concepto, valor y uso de los medios de comunicación con los tipos o perfiles de los maestros yucatecos.

La encuesta está dividida en cuatro bloques de preguntas orientados de la siguiente manera: el primer bloque se dirigen a definir el perfil de los maestros: el segundo bloque pretende conocer la noción, el valor y la relación que los maestros tienen con los medios de comunicación; el tercer bloque se propone conocer la disponibilidad de los maestros de aceptar los medios de comunicación como instrumentos de apoyo o de socialización así como de la capacitación que esto implica; y finalmente, el cuarto bloque se orienta a ubicar candidatos que estuvieran interesados en el ejercicio.

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL

UNIDAD 31 - A MERIDA

ESTIMADO PROFESOR-ALUMNO DE LA UPN UNIDAD MERIDA:

NOS DIRIGIMOS A UD. CON EL PROPOSITO DE SOLICITARLE SU COLABORACION PARA EL LLENADO DE LA PRESENTE ENCUESTA; SU NOMBRE HA SIDO SELECCIONADO POR MEDIO DE UN SISTEMA DE MUESTREO ALEATORIO.

SU COLABORACION ES FUNDAMENTAL PARA LA ELABORACION DE UN DIAGNOSTICO QUE MUESTRE EL PERFIL Y LA RELACION DEL PROFESOR DE EDUCACION PRIMARIA -ALUMNO DE LA UPN- CON LOS MEDIOS DE COMUNICACION ASI COMO LA POSIBILIDAD Y LA POTENCIALIDAD QUE EXISTIRIA EN UTILIZAR LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE.

ESTAMOS SEGUROS QUE SU COLABORACION CONTRIBUIRA A LA BUSQUEDA DE NUEVOS CAMINOS QUE SIRVAN PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LA EDUCACION BASICA EN YUCATAN.

ATENTAMENTE

LA COORDINACION DEL PROYECTO MULTIMEDIA DE LA UPN
LIC. JORGE ORTIZ MEJIA.
MC. MARIO A. GUTIERREZ Y HERNANDEZ.

ENCUESTA

INSTRUCCIONES

Existen cuatro formas para responder a las preguntas.

La primera es escribir el dato o los datos solicitados en la preguntas; por ejemplo, escribir el nombre, la edad o los canales que acostumbre ver.

La segunda es cruzar la opción seleccionada utilizando el paréntesis adecuado. Por ejemplo en la pregunta No. 6.

La tercera es señalar las opciones elegidas en un orden de importancia utilizando números en orden ascendente. Por ejemplo en las preguntas 30 y 35. No es necesario que usted marque todas las opciones.

La cuarta es cruzar el paréntesis con la opción seleccionada y además escribir en el renglón correspondiente la opinión que se le pide; por ejemplo en las preguntas 55, 57 y 59.

Si tiene Ud. alguna duda consulte con su encuestador.

PRIMER BLOQUE

- 1) Nombre _____
- 2) Edad _____
- 3) SEXO
 - A) MASCULINO ()
 - B) FEMENINO ()
- 4) ESTADO CIVIL
 - A) SOLTERO (A) ()
 - B) CASADO (A) ()
 - C) DIVORCIADO (A) ()
 - D) VIUDO (A) ()
 - E) UNION LIBRE ()
- 5) No. DE HIJOS _____
- 6) CASA DONDE VIVE:
 - A) PROPIA ()
 - B) CREDITO ()
 - C) RENTA ()
 - D) VIVE CON FAMILIARES ()
- 7) GRADO QUE ATIENDE ACTUALMENTE _____
- 8) No. DE ESTUDIANTES QUE ATIENDE _____
- 9) ESCUELA(S) DONDE TRABAJA _____
- 10) TIPO(S) DE ESCUELA(S):
 - A) UNITARIA ()
 - B) COMPLETA ()
 - C) PRIVADA ()
 - D) PUBLICA ()
- 11) COLONIA(S) DONDE SE UBICA(N) LA(S) ESCUELA(S)

- 12) COMO LLEGA UD. A LA ESCUELA:
 - A) A PIE ()
 - B) VEHICULO PROPIO ()
 - C) TRANSPORTE PUBLICO ()

13) HORAS QUE TRABAJA AL DIA COMO MAESTRO (Y/O EN ADMINISTRACION ESCOLAR) _____

14) PERTENECE A CARRERA MAGISTERIAL

A) SI

B) NO (PASAR AL NUMERO 16)

15) EN QUE NIVEL DE CARRERA MAGISTERIAL SE ENCUENTRA _____

16) INGRESO MENSUAL POR SU TRABAJO COMO MAESTRO _____

17) TIENE OTRO TIPO DE INGRESO

SI ()

NO () (Pasar al No. 20)

18) No. HORAS AL DIA EN SU(S) OTRO(S) TRABAJO(S) _____

19) INGRESO POR SU(S) OTRO(S) TRABAJO(S) _____

20) CUALES SON SUS AFICIONES O PASATIEMPOS QUE REALIZA CON MAYOR

FRECUENCIA:

A) LECTURA ()

B) DEPORTE ()

C) CINE ()

D) TELEVISION ()

E) VIDEO ()

F) RADIO ()

G) TEATRO ()

H) PASEOS A LUGARES RECREATIVOS ()

I) CAMPISMO ()

J) REUNION DE AMIGOS ()

21) ESCUELA DONDE ESTUDIO LA NORMAL _____

22) GENERACION A LA QUE PERTENECIO _____

23) OTROS ESTUDIOS REALIZADOS Y EN DONDE

24) DENTRO DE LOS PROGRAMAS DE ACTUALIZACION DEL MAGISTERIO, UD HA TOMADO ALGUN CURSO QUE ABORDE EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA EDUCACION.

- A) SI ()
- B) NO ()

25) COMO CONCEPTUALIZARIA LA FORMACION RECIBIDA EN LA NORMAL

- A) MODELO TRADICIONAL ()
- B) MODELO TECNOLOGIA EDUCATIVA ()
- C) MODELO DE LA DIDACTICA CRITICA ()
- D) MODELO PROBLEMATIZADOR O COGESTIONARIO ()

PORQUE?

SEGUNDO BLOQUE

26) CUANTOS TELEVISORES TIENE EN SU CASA _____

27) TIENE UD. TELEVISION DE CABLE

A) SI ()

B) NO ()

28) TIENE UD. ANTENA PARABOLICA

A) SI ()

B) NO ()

29) QUE CANALES ACOSTUMBRA VER (SEÑALE EN ORDEN DE IMPORTANCIA):

A) _____

B) _____

C) _____

30) QUE TIPOS DE PROGRAMAS ACOSTUMBRA VER (SEÑALE EN ORDEN DE IMPORTANCIA CON NUMEROS ASCENDENTES):

A) NOVELAS ()

B) PELICULAS ()

C) NOTICIEROS ()

D) DE OPINION ()

E) SERIES TELEVISIVAS ()

F) PROGRAMAS DE HUMOR ()

G) PROGRAMAS DE CONCURSO ()

H) PROGRAMAS MUSICALES ()

I) CARICATURAS ()

J) OTROS (ESPECIFICAR) _____ ()

31) CUANTAS HORAS DE TELEVISION APROXIMADAMENTE VE DIARIO _____

32) CUANTOS APARATOS DE RADIO TIENE EN SU CASA: _____

33) ESCUCHA LA RADIO EN SU AUTOMOVIL _____

34) QUE EMISORAS ACOSTUMBRA ESCUCHAR (SEÑALE EN ORDEN DE IMPORTANCIA):

A) _____

B) _____

C) _____

- 35) QUE TIPOS DE PROGRAMAS ESCUCHA (SEÑALE EN ORDEN DE IMPORTANCIA CON NUMEROS ASCENDENTES):
- A) NOTICIEROS
 - B) MUSICALES
 - C) DE OPINION
 - D) RADIONOVELAS
 - E) CULTURALES (ENTREVISTAS, REPORTAJES, ETC)
 - F) OTROS (ESPECIFICAR)_____
- 36) CUANTAS HORAS DE RADIO ESCUCHA AL DIA_____
- 37) LEE EL PERIODICO:
- A) SI
 - B) NO (PASAR AL No. 43)
- 38) 38) UD. COMPRA EL PERIODICO
- A) SI
 - B) NO
- 39) CUANTOS PERIODICOS ACOSTUMBRA LEER_____
- 40) CADA CUANDO COMPRA EL PERIODICO_____
- 41) QUE PERIODICOS ACOSTUMBRA LEER (EN ORDEN DE IMPORTANCIA):
- A) _____
 - B) _____
 - C) _____
- 42) QUE SECCIONES ACOSTUMBRA LEER (SEÑALE EN ORDEN DE IMPORTANCIA CON NUMEROS ASCENDENTES)
- A) NOTICIAS INTERNACIONALES
 - B) NOTICIAS NACIONALES
 - C) NOTICIAS LOCALES
 - D) REPORTAJES Y/O ENTREVISTAS
 - E) EDITORIALES, ARTICULOS DE OPINION
 - F) SOCIALES
 - G) SECCION DE AVISOS Y/O ANUNCIOS
 - H) SECCION COMICA
 - I) DIVULGACION CIENTIFICA Y/O CULTURAL
 - J) SECCION DE POLICIA
 - K) SECCION DEPORTIVA
 - L) SECCION DE ESPECTACULOS

43) ACOSTUMBRA LEER OTRO TIPO DE PUBLICACIONES (ESPECIFIQUE EN ORDEN DE IMPORTANCIA)

A) _____

B) _____

C) _____

44) TIENE UD VIDEOCASETERA EN SU CASA

A) SI ()

B) NO () (PASAR AL No. 44)

45) CUANTAS PELICULAS ACOSTUMBRA VER A LA SEMANA _____

46) TIPOS DE PELICULAS QUE ACOSTUMBRA VER (SEÑALE EN ORDEN DE IMPORTANCIA CON NUMEROS ASCENDENTES)

A) ACCION-AVENTURA ()

B) DIBUJOS ANIMADOS ()

C) DRAMAS ()

D) TESTIMONIALES ()

E) COMEDIA ()

F) DOCUMENTALES CIENTIFICOS Y/O CULTURALES ()

47) ACOSTUMBRA IR AL CINE:

A) SI ()

B) NO () (PASAR AL No. 52)

48) CON QUE FRECUENCIA: _____

49) TIPOS DE PELICULAS QUE ACOSTUMBRA VER (SEÑALE EN ORDEN DE IMPORTANCIA CON NUMEROS ASCENDENTES)

A) ACCION-AVENTURA ()

B) DIBUJOS ANIMADOS ()

C) DRAMAS ()

D) TESTIMONIALES ()

E) COMEDIA ()

50) PREFIERE LAS PELICULAS EXTRANJERAS O MEXICANAS, PORQUE

51) PREFIERE EL SALON DE CINE O EL VIDEO _____

52) TIENE UD COMPUTADORA EN SU CASA

A) SI ()

B) NO () (PASAR AL No 55)

53) QUE TIPO DE PROGRAMAS TIENE:

- A) PROCESADOR DE TEXTOS ()
- B) JUEGOS Y DIVERTIMENTOS ()
- C) PROGRAMAS ESTADISTICOS ()
- D) BASE DE DATOS ()
- E) PROGRAMAS EDUCATIVOS ()
- F) PROGRAMAS DE EDICION ()

54) SU EQUIPO ESTA CONECTADO A ALGUN TIPO DE RED (ESPECIFIQUE):

55) COMO DEFINIRIA A LOS MEDIOS DE COMUNICACION:

- A) COMO UN FENOMENO PROPIO DE LA SOCIEDAD MODERNA QUE LA CARACTERIZA DE TAL MANERA QUE HOY POR HOY NO ES POSIBLE ENTENDER A LA SOCIEDAD SIN ENTENDER EL FENOMENO DE LA COMUNICACION A TRAVES DE LOS MEDIOS MASIVOS. ()
- B) LOS MEDIOS DE COMUNICACION SON UN MAL NECESARIO, PRODUCTO DEL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD, CON LOS CUALES EL HOMBRE TIENE QUE CONVIVIR Y UTILIZAR. ()
- C) OTRA DEFINICION (ESPECIFIQUE):

()

TERCER BLOQUE

- 56) LOS MEDIOS DE COMUNICACION SE CARACTERIZAN, ENTRE OTRAS CAUSAS O RAZONES, POR SU PRODUCCION CULTURAL DE NORMAS, NOCIONES, Y VALORES. UD. ESTARIA DE ACUERDO EN CUESTIONAR A LOS MEDIOS DE COMUNICACION POR EL TIPO DE VALORES QUE FOMENTA Y QUE SON MUY DISTINTOS A LOS CREADOS POR LA ESCUELA.
- A) SI
 - B) NO (PASAR AL No. 58)
- 57) SI LOS VALORES FOMENTADOS POR LOS MEDIOS DE COMUNICACION SON DIVERGENTES A LOS DE LA ESCUELA, ENTONCES CUAL SERIA SU OPINION FRENTE AL HECHO REAL DE QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y LA ESCUELA SE RELACIONAN, ENTRE OTRAS FORMAS, A TRAVES DEL NIÑO.
- A) APLICAR MEDIDAS NORMATIVAS QUE ESTEN DIRIGIDAS A ORIENTAR LA FUNCIONALIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION, DE TAL MANERA QUE SE CONVIERTAN EN MEDIOS EDUCATIVOS.
 - B) EDUCAR A LA POBLACION Y PREPARAR AL MAESTRO PARA QUE ESTEN EN CAPACIDAD DE INTERPRETAR DE UNA MANERA CRITICA LOS CONTENIDOS DE LOS MENSAJES. ESTO IMPLICA GENERAR UNA PEDAGOGIA DE LA COMUNICACION.
 - C) OTRA OPINION (ESPECIFICAR):

- 58) EN SU PAPEL COMO EDUCADOR, COMO VALORA LA POSIBILIDAD DE QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACION PENETREN EL AULA Y SE CONVIERTAN EN UN INSTRUMENTO, MEDIO Y FUENTE DE CONOCIMIENTO:
- A) ALTAMENTE POSITIVO
 - B) ES POSITIVO
 - C) INTRASCENDENTE (PASAR AL No. 60)
 - D) ES NEGATIVO (PASAR AL No. 60)
 - E) MUY NEGATIVAMENTE (PASAR AL No. 60)
- 59) SI UD. HA CONTESTADO POSITIVAMENTE O ALTAMENTE POSITIVO, CUAL SERIA EL CRITERIO QUE UD. ASUMIRIA PARA ARGUMENTAR SU PROPIA VALORACION.
- A) CONVIENE INCORPORAR LA NUEVA TECNOLOGIA A LA EDUCACION PARA HACER SOLO AQUELLO QUE NO SE PUEDE HACER DE OTRA MANERA, O CUANDO SE PUEDE HACER SUSTANCIALMENTE MEJOR.
 - B) LO MAS IMPORTANTE ES LA RELEVANCIA PARA EL APRENDIZAJE. UNA MAYOR EFICIENCIA EN EL PROCESO EDUCATIVO ALCANZADA POR LA INCORPORACION DE UNA NUEVA TECNOLOGIA, NO SIEMPRE ES LO MAS DESEABLE PEDAGOGICAMENTE Y SOCIALMENTE. NO SIEMPRE ES LO MAS RELEVANTE PARA LOS EDUCANDOS.
 - C) OTRA OPINION (ESPECIFICAR)

()

60) COMO SE PERCIBE UD COMO MAESTRO EN UNA SOCIEDAD CADA VEZ MAS CONSTITUIDA POR LOS FENOMENOS DE LA COMUNICACION. CUAL SERIA SU FUNCION EN RELACION CON LA EDUCACION.

61) CUANDO UN ALUMNO EN LA CLASE LE PREGUNTA ALGO DE ALGUN PROGRAMA DE TELEVISIÓN O PELICULA QUE VIO, QUE LE DICE UD.

- A) CAMBIA DE TEMA ()
- B) AFUERA DE LA CLASE HABLAMOS ()
- C) HABLA MAS FUERTE PARA QUE TODOS ESCUCHEMOS ()

62) CUANDO SE QUE SE EXHIBE UNA BUENA PELICULA O HAY UN ESPECTACULO INTERESANTE, LES DIGO A MIS ALUMNOS QUE VAYAN:

- A) SI ()
- B) A VECES ()
- C) NO CONSIDERO QUE SEA MI PAPEL ()

63) EN LAS JUNTAS DE PADRES DE FAMILIA, AL HABLAR DE LOS MEDIOS, RECOMIENDO:

- A) QUE NO DEJEN VER TANTA TELEVISIÓN A SUS HIJOS ()
- B) QUE ELLOS NO VEAN TANTA TELEVISIÓN, PORQUE PONEN EL MAL EJEMPLO ()
- C) QUE SELECCIONEN LOS PROGRAMAS Y LAS HORAS DE VER TELEVISIÓN EN CASA. ()

64) CUANDO EN UN LIBRO DE TEXTO SE MENCIONA ALGUN MEDIO DE COMUNICACION:

- A) PIDO A LOS ALUMNOS QUE INVESTIGUEN MAS AL RESPECTO ()
- B) APROVECHO PARA HABLAR MAL DEL TIEMPO LIBRE ()
- C) APROVECHO PARA EXTERNAR MI ANTIPATIA POR LOS MEDIOS ()

CUARTO BLOQUE

65) INDEPENDIEMENTE DE SU OPINION ACERCA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION, LE INTERESARIA PROFESIONALMENTE TENER UNA EXPERIENCIA EN SU PROPIA AULA CON LOS MEDIOS DE COMUNICACION:

- A) SI ()
- B) NO ()

66) LA EXPERIENCIA ANTERIOR PUEDE CONSTRUIRSE EN TERMINOS DE:

- A) USAR A ALGUN MEDIO DE COMUNICACION COMO INSTRUMENTO DIDACTICO. ()
- B) COMO FUENTE DE MENSAJES QUE DEBEN SER ANALIZADOS E INTERPRETADOS. ()
- C) AMBOS. ()

67) SEÑALE QUE TIPO DE MEDIO DE COMUNICACION CONSIDERA EL MAS ADECUADO PARA LA EXPERIENCIA, EN FUNCION DE SUS PREFERENCIAS INDIVIDUALES Y DE LAS FACILIDADES INSTITUCIONALES QUE EXISTIRIAN.

- A) TELEVISION. ()
- B) VIDEO. ()
- C) TELEVISION POR CABLE. ()
- D) COMPUTADORA. ()
- E) RADIO. ()
- F) ALGUN OTRO (ESPECIFIQUE)_____ ()

68) SEÑALE QUE GENERO CONSIDERA EL MAS ADECUADO PARA LA EXPERIENCIA:

- A) PELICULA (ESPECIFIQUE EL TIPO)_____
- B) DIBUJOS ANIMADOS_____
- C) PROGRAMAS DE COMPUTADORAS (ESPECIFIQUE)_____

69) SEÑALE EL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO NECESARIO PARA REALIZAR LA EXPERIENCIA:_____

70) UD ESTARIA DE ACUERDO EN TOMAR UN CURSO PREVIO A LA EXPERIENCIA CON EL OBJETO DE RECIBIR INFORMACION Y CONOCIMIENTOS QUE HAGAN POSIBLE LA EXPERIENCIA, SIN QUE ESTE CURSO IMPLIQUE ALGUN RECONOCIMIENTO OFICIAL.

- A) SI ()
- B) NO ()

71) QUE ES EL EBOLA

- A) UN VIRUS Y UNA EPIDEMIA ()
 - B) LA PUNTA DE UNA MONTAÑA ()
 - C) UNA PIEZA MECANICA ()
- 72) QUE ES STREET FIGHTER
- A) UN PROGRAMA DE RADIO ()
 - B) UNA PELICULA Y UN VIDEO JUEGO ()
 - C) UN PROGRAMA DE COMPUTADORA ()
- 73) EN QUE CANAL PASAN UN NOTICIERON EN DONDE SE TRANSMITE UN FRAGMENTO DE NOTICIERO NORTEAMERICANO DIRIGIDO POR TOM BROCKMAN
- A) EL CANAL DOS LOCAL ()
 - B) EL CANAL NUEVE LOCAL ()
 - C) EL CANAL 7 ()

MUCHAS GRACIAS