

# Activos y Creativos

## CON LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

Beltrán S., Luis Ramiro (1990) Prólogo. En: Dominguez Benitez, María Josefa. Activos y creativos con los medios de comunicación social. Bogotá, Colombia, UNESCO. pp. 7-14.



MARIA JOSEFA DOMINGUEZ BENITEZ

# PROLOGO

*La televisión se ha enseñoreado de la América Latina*

*En el curso de los últimos veinticinco años ella ha crecido tan considerable y vertiginosamente que ha desplazado a los otros medios de comunicación masiva con la sola excepción de la radio.*

*En 1965 había en la región un total de 8 millones de aparatos televisores; en 1983, esa cifra había llegado a 45 millones. Durante ese lapso el ritmo de crecimiento en el número de televisores fue mayor que la tasa de crecimiento de la población: si en 1965 había 32 televisores por cada mil habitantes, hubo 138 de tales aparatos por cada millar de personas en 1985. En este año se dispuso de un receptor por cada siete latinoamericanos, cifra muy cercana al promedio mundial de entonces y, paralelamente, las plantas telemisoras aumentaron de 250 a algo más de 1500 entre 1965 y 1985.*

*Todo ello no quiere decir que la televisión alcance hoy al total de la población de la región: todavía se concentra sobre públicos urbanos en desmedro de los rurales, siendo estos últimos alcanzados primordialmente por la radio. Pero el atractivo de la televisión es tal que ha causado estancamiento en el índice de crecimiento de los medios impresos (periódicos, revistas y libros) y fuerte reducción en cuanto al cine, tanto en número de espectadores como en número de películas producidas. Solo la radio, sustentada por sus bajos costos y difundida por la "magia" del transistor, ha podido defenderse de la competencia del nuevo medio. Entre 1975 y 1985 las estaciones radioemisoras aumentaron de alrededor de 4000 a poco más de 6000 y los radiorreceptores pasaron de 180 a 328 por mil habitantes.*

*¿Es tal omnipresencia sinónimo de omnipotencia? La pregunta ya inquietó a muchos en Norteamérica y Europa desde principios de la década del 50. Los posibles efectos nocivos de éste y otros medios, especialmente en términos de favorecimiento de la violencia y de la hipersexualidad, preocuparon a numerosos investigadores. Los primeros de ellos atribu-*

yeron a la comunicación masiva - especialmente a la que ocurre por televisión - una influencia tan directa y poderosa en el comportamiento de la gente que hasta se habló de un efecto de "jeringa hipodérmica", casi de hipnosis colectiva. A la mitad de aquella década, empero, nuevas investigaciones encontraron que en realidad no había tal influjo directo y avasallador pues los efectos de la comunicación masiva se producían por intermediación de la influencia personal de "líderes de opinión". Esto redefinía la complejidad del problema en términos más realistas, pero no exculpaba a los medios. Y así la indagación y los debates continuaron expresando la preocupación en el mundo desarrollado.

Latinoamérica, abrumada de material enlatado norteamericano, se comenzó a hacer eco de aquella preocupación a partir de principios de los años 60. Investigadores de algunos países, principalmente Venezuela, Brasil, Argentina y Perú, mostraron la alta incidencia de programas violentos y alertaron sobre sus efectos en los niños. Yendo más allá de lo muy evidente, detectaron la instalación de toda una ideología (un juego de valores y una visión de la vida y el mundo) que reputaron de ajena a los valores e intereses de los pueblos latinoamericanos. Anotando que aún contenidos aparentemente inocuos, como los de las historietas cómicas y los programas educativos, sugerían sin embargo nocivos principios y percepciones, la investigación continuó denunciando a los medios, especialmente la televisión, en las décadas del 70 y 80 y, con menos frecuencia y vigor, inclusive más adelante de esta última. La ciencia social prestó atención crítica al género más popular en la región, la telenovela, y encontró con preocupación que los efectos televisivos tendían a ser más acentuados cuanto más bajos eran los niveles socioeducativos y económicos de los televidentes.

Entre tanto, ya desde fines de los años 60, algunos núcleos europeos hicieron intentos iniciales para paliar la situación. Francia, Suiza e Italia se distinguieron en la propuesta de una "educomunicación", una educación del público para el consumo consciente de los mensajes de los medios masivos. En el primero de esos países se llegó así al planteamiento de un enfoque de "lenguaje total". Algunos derivaron de él técnicas para enseñar la gramática de los medios audiovisuales de manera que los espectadores, entendiéndola, pudieran reaccionar críticamente. Entidades mundiales de comunicación, como la Asociación Católica para la Cinematografía (OCIC), acogieron el planteamiento y lo divulgaron.

La escuela europea cobró cierto asidero en algunas partes de Latinoamérica desde principios de los años 70, cuando se iniciaron algunos intentos por aplicarla adaptativamente a las realidades de ella. Los aportes más notorios en este sentido fueron hechos, entre fines de la década del 60 y mediados de la del 70, con anclaje en la semiótica, por el antropólogo ecuatoriano Luis Campos Martínez, catedrático de la Universidad Central que escribió varias obras sobre el "lenguaje total" y creó el "Plan DENI" de cine para niños, y por el pedagogo Francisco Gutiérrez, entonces experto del Instituto Latinoamericano de Cine Educativo (IL-CE), México, que aportó un libro básico. Meritorios empeños como estos no llegarían, sin embargo, a prosperar en escala mayor. Razón de ello pareciera haber sido que las técnicas inicialmente propuestas en Europa no alcanzaban a penetrar las estructuras profundas de los mensajes

*pues se detentaban en las imágenes manifiestas de ellos sin servir para poder "leer entre líneas" los inaparentes mensajes centrales. Esa limitación motivaría a estos y otros investigadores latinoamericanos a forjar otros procedimientos para conseguir tal penetración.*

*Precursor en esa búsqueda fue el destacado comunicador educativo Mario Kaplún, especializado en los medios audiovisuales. Entre 1973 y 1977 hizo varios ensayos para forjar un método capaz de guiar al público de los medios masivos hacia el logro de una percepción discriminante de los mensajes de aquellos. Es decir, tanteó poco a poco procedimientos para habilitar al espectador a que aprenda a ver las imágenes con un sentido crítico que le permita detectar lo implícito detrás de lo explícito, develar lo connotado tras de lo denotado, descifrar la metacomunicación en el trasfondo de la comunicación. Se trata -resumía el diseñador- "de aprender a leer críticamente los signos que emiten los medios masivos de difusión y descubrir el propósito con que estos signos son seleccionados, para así liberarse de su dominación". Para 1978, empleado por el Centro al Servicio de la Acción Popular (CESAP) en Venezuela, este investigador uruguayo había logrado -con apoyo en la comunicología, la semiótica y la sicología- configurar un método tal bajo el denominativo de Lectura Crítica.*

*Se caracterizó por ser (1) audiovisual, (2) activo, participativo, inductivo (3) gradual, (4) apoyado en instrumentos de análisis, (5) sencillo, accesible y (7) vivencial. Por varios años desde entonces Kaplún ha venido aplicando satisfactoriamente su método por medio de numerosos talleres de autoenseñanza basados en el diálogo en grupos y en la auto-observación. También ha ido refinándolo continuamente. Y, a más de su valioso aporte metodológico, ha hecho contribuciones sustantivas al replanteamiento de la investigación y la enseñanza de la comunicación.*

*En efecto, la búsqueda metodológica resultaría pronto inscrita en una reformulación conceptual sobre los elementos del proceso de comunicación. El método de Kaplún desplazó la atención del emisor y de los medios inmutables pese a toda denuncia -a los mensajes y el receptor, coincidiendo en ello con investigadores que, a partir de fines de la década del 70, comenzaron a cuestionar la presunta omnipotencia de los medios mostrando que la influencia de ellos se daba necesariamente en virtud de mediaciones correspondientes al contexto cultural en que individuos y grupos reciben los mensajes. Algunos de estos investigadores, como el colombiano Jesús Martín y los argentinos Nestor García Canclini y Heriberto Muraro, compartieron la noción de que, en la consecución de los efectos deseados por los emisores, interviene una suerte de "complicidad" de los destinatarios. O sea, no es que los medios puedan hacer lo que quieren con la gente sino que la gente misma -reprocesando significados- suele facilitar en cierto modo el cumplimiento de los efectos deseados.*

*Hay diversas maneras para aprender a leer críticamente los mensajes de los medios. Así lo demuestra otra línea de trabajo que comparte el replanteamiento teórico al que se acoge Kaplún, pero se vale de procedimientos algo diferentes. Es la que propugna, a partir de 1981, el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA) de Chile bajo*

la denominación de Recepción Activa. Por tal entiende la entidad "el proceso que refuerza las condiciones de mediación necesariamente presentes en todo proceso de codificación de un mensaje y que estimula por un lado, el enfrentamiento a la TV como objeto semántico y, por otro, la emergencia de la propia percepción ante la propuesta de sentido para la vida individual y colectiva que cotidianamente realiza la TV a través de sus diferentes géneros y formatos". El método del CENECA, delineado principalmente por Valerio Fuenzalida, se desarrolla en sesiones de grupos pequeños (4 a 6 personas) que se enfrascan en juegos de comunicación no verbal, para generar confianza, autoexpresividad y cooperación, y juegos de simulación, para descubrir los mecanismos de construcción de los mensajes televisivos e identificar las características de la televisión. Estos ejercicios lúdicos ayudan a entender las acciones de emisoras y programadoras, las reglas de la creación televisiva y los prejuicios sobre el medio. Los participantes deben comparar críticamente sus valores con los de la TV. Sus juegos desembocan en síntesis y debates y culminan en autoevaluación. Flexible para adaptarse a variaciones y requiriendo solo materiales simples y de bajo costo, el método se dirige principalmente a maestros u otras personas capaces de dar más tarde orientación y estímulo semejantes a niños y jóvenes. Afirman sus diseñadores: "La exploración de la recepción televisiva, como CENECA la entiende, busca descubrir las relaciones concretas de producción de significado que establecen entre los distintos segmentos sociales y culturales y los mensajes televisivos".

En el marco de la pedagogía del "lenguaje total" Francisco Gutiérrez y colaboradores desarrollaron también en Costa Rica, a principios de los años 80, en el Instituto Latinoamericano de Pedagogía de la Comunicación (ILPEC) otro método de análisis crítico de los mensajes de los medios de comunicación masiva. Este se dirige primordialmente a la familia como núcleo de socialización en medio del cual los niños reciben los mensajes. Comienza por conceptualizar las relaciones entre familia y televisión, procede luego a ejecutar el análisis crítico de un programa de televisión grabado y desemboca finalmente en la formalización de un compromiso familiar para la formalización de la actividad crítica en el hogar. El método recurre a documentos especiales y a ejercicios de "desimbiotización" para propiciar la lectura, denotativa y connotativa, de la realidad familiar -derivada de la invasión televisiva- para estudiar luego causas y consecuencias por medio de la "lectura estructural". Se trata, anotan los diseñadores, de "una metodología para el uso de la televisión que posibilite relaciones familiares sanas y alcance el objetivo de la capacitación crítica del espectador".

Otros esfuerzos se han dirigido más bien a los maestros y a sus alumnos en escuelas primarias. Tal es el caso de un reciente proyecto del Centro de Investigación en Comunicación Social de la Universidad de Lima (CICOSUL) dirigido por María Teresa Quiroz. Por medio de talleres prácticos se familiarizó a grupos de niños con el lenguaje audiovisual y se les estimuló a producir sus propios mensajes, hallándose importantes diferencias según los estratos sociales. Con los maestros se buscó sensibilizarlos sobre el papel de la televisión en la educación no formal hogareña, encontrándose que ellos condenan los contenidos del medio pero celebran el poderío tecnológico del mismo.

*En Córdoba, Argentina, el catedrático de comunicación Miguel A. Pérez Gaudio diseñó un original conjunto de métodos de Análisis Crítico del Contenido de los mensajes masivos. Uno de ellos, denominado "Yo te Veo TV Escuela, Mirador y Consejero" se dirige a niños de niveles pre-primario y primario, contando con el concurso interactivo de padres y maestros. Otro -dirigido a niveles superiores de educación- es el "Módulo Interceptor de Manipulaciones", un ingenioso sistema estimulador para analizar todo tipo de mensajes con aptitud discriminativa entre falsedades y verdades y aclaratorio de dudas. Este dinámico especialista ha planteado, por otra parte, un nuevo modelo de diario pedagógico y opera una "emisora de radio servicio y de formación crítica". A lo largo de los últimos cuatro años ha realizado en su país alrededor de un centenar de talleres mediante los que ha dado considerable difusión a dicha metodología.*

*Otro catedrático argentino de comunicación, Daniel Prieto, ha hecho por su parte una contribución sustantiva a la misma preocupación basada sobre su larga y feraz experiencia internacional como docente al servicio del ILCE (México), primero, y del CIESPAL (Ecuador), luego, y de Radio Nederland Internacional, hasta el presente. El doctor Prieto ha construido un régimen de Análisis de Mensajes probablemente algo más amplio que los anteriores y también más complejo que algunos de ellos. Y es que él piensa que en vez de bucear directa y exclusivamente en pos de los oscuros elementos ideológicos es conveniente conjugar esto con otros planos de análisis, como el estructural básico, el narrativo y el estilístico. Cada uno de ellos envuelve una serie de categorías analíticas bajo una perspectiva general de usos del lenguaje, tales como el referencial, el apelativo, el expresivo, el poético y el lúdico. Prieto incluye el discurso y la imagen en su método y propone que el analista de mensajes debe también hacerse productor de ellos.*

*En cuanto a las numerosas experiencias del Brasil en materia de recepción crítica de mensajes, Ana María Fadul hizo para INTERCOM en 1982 un valioso resumen analítico de las principales.*

*Tomada en su conjunto, América Latina es hoy, sin duda, la región más activa y productiva del mundo en desarrollo en materia de educación para los medios. Y hay quien la sitúa a la cabeza de todos los países, como el director del Centro para el Estudio de la Comunicación y la Cultura (Londres), Robert White, quien dijera en comunicación al CENECA de Chile: "En mi lectura de materiales sobre 'media education' creo que América Latina tiene las ideas más avanzadas del mundo y las ideas más completas".*

*La lucha por racionalizar el consumo de mensajes no se limita al territorio académico. Envuelve también a gobiernos. Así lo muestra una recomendación de la Sexta Conferencia Regional de Ministros de Educación y Ministros Encargados de Planificación Económica de América Latina, auspiciada por la UNESCO en Bogotá en abril de 1987. Dicho documento recomienda a los gobiernos estimular la educación para los medios, insistir en el empleo de ellos como apoyo a la educación y fomentar las investigaciones sobre esos campos. Y específicamente propone que "los gobiernos deberían continuar dedicando atención a evitar*

*los efectos nocivos del uso inadecuado de los Medios de Comunicación Social que tienda a la exaltación de la violencia, la degradación de nuestras costumbres, la drogadicción, la pornografía, la imitación de modos viciosos de vida foránea y en general a todos los aspectos que atenten contra la identidad nacional, la autenticidad de la comunidad y la dignidad de la persona".*

*Como en el resto del mundo, la preocupación por los efectos de la televisión se refiere principalmente a los niños, los más ávidos y vulnerables consumidores de los mensajes de aquella. Por eso la indagación científica de la relación niños-comunicación iniciada en los años 60 por precursores como Eduardo Santoro, Antonio Pasquali y Martha Colomina, de Venezuela, continuó en los años 80 en algunos países de la región. Uno de estos fue Colombia donde, a lo largo de los primeros cinco años de esa década, se realizó una compleja investigación. Ella fue inspirada, delineada y conducida por la profesora María Josefa Domínguez, doctora en filosofía y letras que llevaba ya unos años de estudiar la situación de comunicación desde perspectivas antropológicas, semiológicas, psicológicas y pedagógicas, además de haberse ocupado del cine en relación con los niños. Con el asesoramiento de diversos especialistas y el concurso de un millar de universitarios, este estudio realizado en la ciudad de Bucaramanga se basó en entrevistas a unos 6.000 niños entre 4 y 12 años de edad, a 750 padres de familia y a un número casi igual de maestros de escuela, todos ellos residentes de varios estratos de 82 barrios. La investigación encontró que los niños tienden a identificarse estrechamente -en vocabulario, actitudes y comportamientos- con los personajes ficticios de la televisión, y que los medios de comunicación no propician la identidad nacional, favorecen la violencia y refuerzan la agresividad, llevan a entender el dinero y los bienes materiales como valor supremo de la vida e inclusive inducen en los niños falsas necesidades convenientes a los intereses de la sociedad de consumo.*

*Conmovida por tan desoladores resultados, la doctora Domínguez se empeñó en hacer un aporte práctico a la solución del problema verificado mediante la creación de algún procedimiento para ayudar a los niños. La propia investigación, sumada a sus lecturas y a sus intercambios con otros académicos inquietos por el problema, le había proporcionado la base para ello. Y así nació otra contribución a la "educación para los medios": la Lectura Dinámica de los Signos. Este método se desenvuelve en cinco etapas acumulativas: (1) la educación para la objetividad, que enseña a hacer la lectura denotativa de los mensajes; (2) la educación de la subjetividad, que enseña a hacer la lectura connotativa de los signos; (3) la educación para el análisis crítico, propiamente dicho, que alecciona para la reflexión penetrante; (4) la educación para la respuesta transformadora, que propicia la acción y el compromiso; y (5) la educación para la expresión nueva, que fomenta la creatividad en la formulación de mensajes orientados a contribuir a un cambio en el contenido del medio. El enfoque general del procedimiento es de carácter lúdico y privilegia la observación sistemática individual conjugada con la discusión analítica colectiva.*

*Humanista combativa, comprometida con el cambio estructural en pro de la justicia social, la doctora Domínguez no podía contentarse con*

*diseñar y ensayar un método en el recinto académico. Se sintió apremiada por llevarlo más allá de las aulas académicas hasta el núcleo de la sociedad colombiana, representada por aquellos que podían influir decisivamente en la amplia aplicación del método: los padres de familia, los maestros de escuela y los educadores no formales (entre los que atribuía influencia capital a los dirigentes y expertos de los propios medios de comunicación masiva) y hasta los propios líderes políticos del país. Emprendió, pues, una suerte de gran cruzada nacional de discusión del problema y divulgación del método para, cuando menos, aliviar aquel. Cuando sintió que la escala de tal emprendimiento excedía sus fuerzas y los recursos de la Universidad Industrial de Santander, apeló al respaldo de la UNESCO. Esta se lo brindó en la forma de un proyecto aprobado por el Consejo Intergubernamental que preside el PROGRAMA INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNICACION (PIDC). Con los fondos así obtenidos, ella profundizó la investigación metodológica y montó un dinámico programa de encuentros analíticos, a diversos niveles y en distintos lugares, con el que ha logrado, entre 1988 y 1989, alertar la conciencia nacional sobre la gravedad del problema y demostrar la posibilidad de resolverlo.*

*La investigadora presenta ahora este libro que, como alquitarado cierre de aquel proyecto, contiene no solo lúcidas síntesis de razonamiento y procedimiento sino una guía práctica detallada para aplicar el método de la lectura dinámica de los signos a algunos de los más conocidos formatos de la comunicación masiva. En un caso se trata de las historietas, los dibujos animados y las series de aventuras; en otro caso, de los formatos informativos; y, en el tercero, de programas dramatizados. En todos los casos el método propicia la activa participación de los niños en la observación y en el análisis deductivo, recurriendo a menudo a la mímica y a la personificación de los "héroes" de los programas. Culmina la obra en el trazado del perfil ideal del niño que ya ha sido beneficiado por el empleo del método. "Teniendo en cuenta todo lo anterior, invita la autora, intentemos, a manera de sencilla utopía, el retrato de un niño que ha vivenciado, día a día, cada uno de los pasos de la Lectura Dinámica de los Signos, como Educación para los Medios de Comunicación Social y que, gracias a esto, ha llegado a asumir dinámicamente algunas pequeñas manifestaciones de la realidad de su entorno y a percibir activa, crítica y creativamente los mensajes de los Media". El retrato es preciso y convincente. Y el libro de la acuciosa investigadora colombiana se cierra con dos útiles herramientas complementarias: terminología y bibliografía.*

*Para la UNESCO es un deber y una satisfacción auspiciar quehaceres como éste. Involucrado de principio en las preocupaciones sobre la relación entre niñez y comunicación, este organismo auspició investigaciones, debates y publicaciones sobre el tema por muchos años y en varios países. Y, apenas surgió en el horizonte la posibilidad de atenuar el problema por vía de una "educación para los medios", la apuntaló en múltiples maneras. Sirvió como secretariado técnico en París al Centro Internacional del Film para la Infancia y la Juventud, entidad pionera en educación para los medios audiovisuales. Acompañó al Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE), situado en México, en su Proyecto "Demafocceb" de educación para los medios. Y auspició*

*encuentros internacionales de reflexión como el que se acaba de realizar en Toulouse en julio de 1990, cuando este libro se entrega a la imprenta.*

*Particularmente intenso ha sido el apoyo brindado por la UNESCO a esta nueva disciplina en los últimos cinco años. Dos de sus órganos dieron, en 1985, sustentación al Primer Seminario Latinoamericano de Educación para la Televisión organizado en Santiago por el CENECA: la cabecera del Sector de Comunicación en París y la Oficina Regional de Educación, situada en Chile. Al año siguiente la Oficina del Consejero Regional en Comunicación, situada en Ecuador, contribuyó a la publicación del informe-memoria de este seminario y apoyó otro encuentro del CENECA en Buenos Aires. Tres años más tarde, financió la edición por el mismo CENECA de una colección de estudios sobre recepción televisiva. Casi al mismo tiempo, por otra parte, dicha oficina patrocinó en Uruguay un Seminario sobre Educación para los Medios organizado por la Licenciatura en Comunicación de la Universidad de la República con el preciado asesoramiento del experto Mario Kaplún. El patrocinio incluyó la ulterior publicación del informe memoria de este encuentro que se concentró en el propósito de insertar en el programa de enseñanza de la carrera universitaria de comunicación la materia de educación para los medios. Ante un posterior requerimiento de la UNESCO, Kaplún produjo un manual de lectura crítica aplicada a la publicidad comercial acompañado de un juego de diapositivas apoyadas por grabación magnetofónica. Se trata de una guía práctica para el "animador" o "monitor" que debe estimular a pequeños grupos en la percepción crítica de los mensajes, a menudo "subliminales", envueltos en los anuncios publicitarios. Este revelador trabajo fue copatrocinado con el Centro de Estudios de Comunicación Social del Uruguay (ECOS). Más tarde, mediante esa misma dependencia territorial, UNESCO brindó apoyo a una serie de talleres en Costa Rica, aplicados a radio y prensa, a cargo del Instituto Latinoamericano de Pedagogía de la Comunicación (ILPEC). Y, por otra parte, a cursos ofrecidos en Córdoba, Argentina, por la Escuela Superior de Periodismo "Obispo Trejo y Sanabria". Más recientemente la UNESCO apoyó también dos modestas pero productivas experiencias en Ecuador, un taller para comunicadores populares de una barriada de Quito y otro para una remota comunidad campesina.*

*Todo ello ilustra el claro compromiso que ha adquirido la UNESCO con esta especialidad.*

*Es por eso que la UNESCO se complace realmente en presentar ahora al público latinoamericano este libro de la doctora María Josefa Domínguez, obra de ciencia y de amor que este organismo sabe que tendrá la amplia circulación y el óptimo aprovechamiento que bien merece.*

**LUIS RAMIRO BELTRAN S.**  
**Consejero Regional de la Unesco en**  
**Comunicación para América Latina**

Quito, Julio de 1990