

21025
40



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
"ACATLAN"

COMUNICACION Y EDUCACION

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN PEDAGOGIA
P R E S E N T A
MARIA GUADALUPE MOJICA MARTELL

ASESOR: MAESTRO DAVID FRAGOSO FRANCO



MARZO - 2003

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

A



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Comunicación y educación

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

DEDICATORIA

Gracias de una manera muy especial a Dios por permitirme disfrutar de este bello momento de ver realizado un propósito que llevaba tiempo en la mira. También a mi mamá y papá, por que con tan buen ejemplo de luchar por lo que se quiere; intentar algo y fracasar es, por lo menos, aprender pero no hacer el intento, es sufrir la inestimable pérdida de lo que pudo haber sido.

Gracias a cada una de mis hermanas y hermano por el apoyo moral de estar en las buenas y en las muy malas por que gracias a eso se tiene la fortaleza para muchas de las metas que uno tiene.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

CONTENIDO	pág.
INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 1. EDUCACIÓN Y CLASE SOCIAL	9
1.1 Modalidades del proceso educativo	9
1.1.1 Educación informal	9
1.2 Pedagogía	10
1.3 Constructivismo	13
1.3.1 Teorías del constructivismo	14
1.3.2 Consideraciones generales sobre la epistemología genética	15
1.3.3 Aspectos metodológicos de la epistemología genética	19
1.4 La construcción del sujeto en Jean Piaget	24
1.4.1 Aspectos afectivos	25
1.4.2 Teoría sobre el desarrollo de la inteligencia	26
1.4.3 Factores del desarrollo intelectual	28
1.5 ¿Qué es el aprendizaje?	30
1.5.1 El significado y la vida real	30
1.5.2 Contenido y proceso	31
1.5.3 Organización de los contenidos	33
1.6 Adultez	35
1.6.1 La edad media	36
1.6.2 Concepto de educación de adulto	36
1.7 Clase social	40
1.7.1 Influencia social de las clases sociales	44
CAPÍTULO 2. COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN	46
2.1 Conceptualización del proceso de la comunicación	46
2.1.1 Tipos de procesos de comunicación	47
2.1.2 Teorías de comunicación	51
2.1.2.1 Teoría convergente de comunicación	52
2.1.2.2 Teoría de usos y gratificaciones	53
2.2 El proceso de la comunicación	56
2.2.1 Elementos del proceso comunicativo	60
2.3 La radio y su relación con el aprendizaje	61
2.4 Naturaleza de la radio, medio sonoro	62
2.5 El lenguaje radiofónico	64
2.6 Comunicación en modalidades educativas no formales e informales	67
2.7 La comunicación educativa	69
2.8 Procesos de comunicación en la educación	71
2.8.1 Comunicación en el proceso de enseñanza – aprendizaje	72
2.9 Marco de referencia de emisor y receptor en la comunicación educativa	74

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

CAPÍTULO 3. MARCO CONTEXTUAL	78
3.1 La educación y la comunicación en México	78
3.2 La radio en la actualidad	79
3.2.1 El sentido cultural de la radio	82
3.2.2 Nueva forma de cultura	84
3.3 La cultura de la participación	87
3.3.1 La difusión de una comunidad de imágenes, valores y comportamiento	90
3.4 La radio y la descentralización del poder y la influencia cultural	92
3.5 El aprovechamiento didáctico de la radio	94
3.6 Tipos de programas	102
3.7 Datos de recepción radiofónica	113
3.7.1 Estudio de hábitos de exposición a la radio, compra y consumo	115
3.7.2 Campañas que organiza la radio en México en contra de la violencia	116
3.7.3 La radio informa	119
3.7.4 Hábitos de exposición a la radio	121
CAPÍTULO 4. METODOLOGÍA	123
4.1 ¿Qué es el grupo de discusión?	123
4.1.1 Planeación y evaluación	123
4.1.2 Las discusiones de grupo	124
4.1.3 Estrategia de selección	125
4.1.4 Condiciones de aplicación	125
4.2 Concepto	126
4.2.1 Características y condiciones	127
4.2.2 Operación	128
4.2.3 Interpretación	129
4.3 Aplicación de la técnica de grupo focal	130
4.3.1 El nivel metodológico	131
4.3.2 La opinión pública	131
4.4 Marco teórico – metodológico técnico	132
4.4.1 El diseño	132
4.5 Técnicas de investigación	134
4.5.1 Configuración del grupo de discusión	136
4.6 Funcionamiento del grupo de discusión	137
4.7 Técnicas de investigación en social, cultura y comunicación, grupos de discusión	138
4.8 Interpretación del grupo de discusión	140
4.8.1 Preguntas del grupo de discusión	143
4.8.2 Resultado del grupo de discusión	144
4.9 Interpretación de los datos estadísticos de encuestas a la población confrontados con los del grupo de discusión y marco teórico	149
4.9.1 Qué es lo que influye para que se muestre interés o desinterés en lo que se escucha	152
4.9.2 El papel de la publicidad en la radio	159

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

CONCLUSION GENERAL
BIBLIOGRAFIA

163
171

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

INTRODUCCIÓN

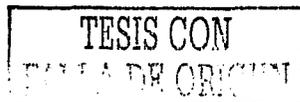
El principal interés por investigar este tema de tesis, "Comunicación y educación" es de tipo personal ya que disfruto de escuchar la radio y el cuestionarme que tan dependientes o independientes somos para tomar juicio de lo que escuchamos, es por eso que nació la idea de querer saber que transmiten los medios de comunicación, a la sociedad; pero este trabajo exclusivamente esta encausado a la radio por cuestión de no excederme en información, y poder responder a la pregunta; que Influencia tiene la radio en el aprendizaje de los radioescuchas adultos en su educación informal, de la clase social media; por medio de un grupo de discusión aplicado a los adultos en el Valle de México. Este consiste en una investigación cualitativa mediante la formación de mesa redonda con 10 personas cada grupo, se pueden efectuar en distinto día, con distintas personas, esto con el fin de investigar el tema de interés en este caso será sobre la temática de la influencia cultural, ideológica y educativa de la radio en el radioescucha, se grabaron cada una de las sesiones, se logró establecer una plática por medio de preguntas, elaboradas con anterioridad y así saber cual es el resultado en la vida cotidiana, esto permitió formar categorías de análisis. Y así explicar como repercute en la vida diaria este medio de comunicación.

Preposición; La radio en el aprendizaje de los radioescuchas adultos, contribuyendo en su educación de tipo informal.

El contenido del trabajo es:

Capítulo. I Educación y clase social; en este se menciona el proceso educativo, ¿qué es educación, pedagogía, constructivismo, aprendizaje, adultez y por último que es clase social?.

Capítulo. II Comunicación; aquí se menciona el proceso de la comunicación, la radio, lenguaje radiofónico, comunicación social, educativa y la relación de comunicación y educación; la comunicación en su modalidad educativa informal, la comunicación educativa, proceso de comunicación en la educación, marco de referencia de emisor y receptor en la comunicación educativa.



COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Capítulo. III Marco contextual; en este se menciona la educación y comunicación en México, la radio en la actualidad, el aprovechamiento didáctico de la radio, tipos de programas, datos de recepción radiofónica y hábitos de exposición a la radio.

Capítulo. IV Metodología; el contenido de este capítulo abarca qué es el grupo de discusión, aplicación de la técnica, técnicas de investigación, interpretación del grupo de discusión e interpretación de los datos estadísticos de encuestas.

Objetivo general: Analizar la influencia de la radio, sobre el radioescucha adulto en su aprendizaje que recibe de la educación informal, de la clase social media del Valle de México, para así explicar como repercute en la vida diaria.

Los objetivos secundarios, son los siguientes:

- Conocer la radio como medio de comunicación.
- Analizar la etapa adulta del Ser Humano a través del cognoscitivismo.
- Detectar el papel que juega la radio en el aprendizaje.
- Conocer cuándo, dónde, quiénes y cuánto penetra la radio en los radioescuchas.
- Identificar el papel que desempeña la comunicación en la educación.
- Diferenciar los tipos de programas de radio.

Se escucha sencillo el hecho de decir que: "lo escuche en la radio ...", "en el programa de dijeron que", pero no sabemos a que grado tiene el poder sobre nuestras ideas.

Cómo trabaja la mente respecto a lo que está escuchando, cómo influye en su educación informal este medio de comunicación. Cuáles factores intervienen para que el radioescucha defina qué oír, para esto tiene que ver el estrato socio – económico, pretensiones, ideología, gustos que define el medio en que se crece, el entorno social; para ubicar determinada estación en el cuadrante.

La radio como medio de comunicación tiene influencia en los radioescuchas de la misma manera que si este recibe datos que vayan con su forma de ser pueda llevarlo a

TESIS CON
FECHA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

adaptar, para agregarlas a su personalidad, pero el escogerá de acuerdo a sus propios intereses y perspectivas que comportamientos son los que tomará como propios y cómo beneficiará o repercutirá a su entorno social y personalmente.

Los seres humanos recibimos mensajes por parte de lo que vemos, escuchamos en nuestra vida cotidiana ya sea por medio de una plática en la que seamos ajenos a la conversación de extraños, conversación familiar, con compañeros, cada una de estas maneras de comunicación nos deja algo en nuestro inconsciente. Y nosotros que brindamos a los que nos escuchan.

Espero, que sea de mucha utilidad esta investigación, ya que esta hecha con la intención de aportar algo bueno.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

CAPITULO I. EDUCACIÓN Y CLASE SOCIAL

Este apartado definirá la educación y la pedagogía; asimismo ubicar el constructivismo como una teoría del aprendizaje, que permita explicar el aprendizaje desde una visión constructiva. El objetivo es que se logre manejar bien estos conceptos para el final saber si repercute ó no por medio de la radio.

1.1 MODALIDADES DEL PROCESO EDUCATIVO

La educación se considera, en general, como el conjunto de procesos por los cuales se comparten e introyectan los contenidos, las normas y los valores socioculturales, la educación es la forma fundamental de la socialización y, por consiguiente, de la comunicación.

El estudio de la educación, como fenómeno social, también considera que el proceso de enseñanza aprendizaje no se reduce sólo a las relaciones directas entre educador y educando, sino que esta relación es solamente una de las formas que adopta dicho proceso. La formación, como proceso, reviste carácter formal, no formal e informal, lo cual no implican una acción aislada, pues de hecho los individuos están formados, simultáneamente por las tres modalidades de educación.

Dado que ninguna de estas modalidades es ajena a las funciones del sistema social, en México el sistema educativo ha penetrado en la vida social y se ha articulado paulatinamente en su movimiento, hasta convertirse en un elemento que se mezcla con todos los procesos sociales para influirlos, y al mismo tiempo, influir en los individuos.

1.1.1 EDUCACIÓN INFORMAL

Coexiste con las anteriores otra forma de aprendizaje que adquiere el individuo a lo largo de su vida, que se define como "educación informal", ya que es relativamente desorganizada y asistemática, pero que, no obstante, proporciona un gran acervo de conocimientos prácticos que cualquier individuo está en posibilidad de adquirir:

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Comprende el proceso por el cual cada individuo logra actitudes, valores, habilidades y conocimientos, merced a la experiencia diaria, por la relación con los grupos primarios (familia, amigos, escuela, trabajo) y secundarios (grupos políticos, instituciones religiosas y culturales), o por la influencia del ambiente y de los medios de comunicación colectiva.

Esta acción puede ser ejercida sin voluntad personal y sin motivaciones individuales, aunque también puede consistir en acciones conscientes y voluntarias.

Con esta modalidad el sistema educativo mexicano, como se explicó antes, crea y transmite las formas dominantes de la ideología, de modo natural y no planificado. Por ello resulta difícil distinguir esta acción de la que cumplen la escuela y otras instituciones del Estado en procesos no formales, dado que todas actúan en direcciones coincidentes y se autorrefuerzan.

"Por las reflexiones anteriores puede concluirse este análisis señalando que el concepto de educación, tal como ha sido expuesto, implica un conjunto de procesos de carácter formal, no formal e informal, presentes en el desarrollo social, que interactúan de manera articulada para formar la conciencia real del hombre. Pero la conciencia real, pese a ser producto de la influencia del sistema educativo, siempre es susceptible de transformarse en conciencia posible, en cualquier tipo de modalidad educativa".(Goldmann,1992:33).

Una vez que menciono que es la educación, es importante pasar al concepto de pedagogía, y así tener una idea más clara del constructivismo.

1.2 PEDAGOGIA

Pedagogía es el estudio intencionado, sistemático y científico de la educación; brevemente se define como la ciencia de la educación, tiene por objeto el planteo, estudio y solución del problema educativo. También puede definirse como el conjunto de normas, principios y leyes que regulan el hecho educativo. La palabra Pedagogía deriva del griego *paidos*, niño y *agein*, guiar, conducir. Pedagogo es el que instruye a los niños: también quiere decir pedante, erudito, pesado; el que anda siempre con

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

otros, lo lleva donde quiere y le indica lo que ha de hacer. En Grecia y Roma se aplicó inicialmente a la persona que llevaba a pasear a los niños al campo, y por extensión al que los educaba.

Existen marcadas diferencias entre educación y pedagogía; aquél se refiere a la acción de educar y éste a la disciplina que se ocupa del estudio, el objeto de la pedagogía es la educación. Aun cuando el hecho de la educación es anterior a la pedagogía, éste sirve a aquélla de guía y le imprime carácter científico cuando sigue sus normas y cumple sus principios metodológicos, la educación es una actividad práctica y la pedagogía es una actividad teórica.

Las primeras reflexiones sobre el hecho educativo se encuentran ya en la Biblia. De Sócrates y los Presocráticos se saben meditaciones relacionadas con el problema de la educación. Los escritos de Platón, Aristóteles, Quintiliano y Séneca, para no citar muchos son obras filosóficas de profundo sentido pedagógico.

Cuando la familia no pudo con este trabajo por varias razones, entre ellas la expansión del contenido cultural, la división del trabajo, la complejidad de la vida y la especialización del trabajador, fue necesario encargar la responsabilidad educativa a personal especializado. Primero se encargó el sacerdote de la orientación espiritual y cultural de los jóvenes, pero exigencias posteriores, de complejidad y especialidad, obligaron el surgimiento de los maestros, primero espontáneamente, como en el caso de Sócrates.

Tres etapas sucesivas: 1, como hecho real de carácter natural – social – humano; 2, como reflexión filosófica, y 3, como actividad tecnológica. Estas etapas evolutivas se convierten actualmente en tres campos de la pedagogía; el arte educativo, la filosofía educativa y la didáctica o metodología de la educación.

“La pedagogía puede considerarse como descriptiva y como normativa. La pedagogía descriptiva estudia el hecho educativo. Histórica si se refiere al pasado y una dimensión social si se refiere al presente.

La pedagogía normativa, establece normas, reflexiona, teoriza y orienta el hecho educativo; aquélla es eminentemente empírica y se apoya en la historia, y esta es eminentemente teórica y se apoya en la filosofía.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

"La pedagogía descriptiva se incluye el estudio de los factores educativos, los cuales pueden ser de diferente naturaleza: históricos, biológicos, psicológicos y sociales". (Lemus, 1990:40).

La historia pedagógica su objeto no es sólo la descripción del hecho educativo, sino como consecuencia, la determinación de los factores o circunstancias que han condicionado este hecho a través de tiempos y lugares.

La psicología pedagógica objeto del estudio de la conducta humana con respecto del aprendizaje y de la educación. Sociología de la educación, que estudia la realidad social como condicionante del hecho educativo y pedagógico. La pedagogía normativa existen dos grandes ramas: la filosofía y la tecnológica.

La dirección filosófica de la pedagogía, ésta puede ser, realista, culturista, existencialista, humanista, vitalista, psicologista, etc.

"Los modelos propios del saber científico natural difieren sobre todo de los modelos mucho más complejos y abiertos que se han desarrollado en el saber histórico – social, dado que la mayoría de las cualidades de la sociedad son producto de su propia autocreación a nivel político, económico, cultural, psicosocial, ético, etc., niveles que se entrecruzan y combinan multiformemente. Pero también en las ciencias sociales (al igual que en las naturales) los modelos micros o macros intentan describir y entender los fenómenos sociales dados, en su estructura, funcionamiento y desarrollo histórico.

Muy diferentes son los modelos de la alta ingeniería contemporánea que, aunque son derivación científico – técnica, ya no están interesados en comprender lo existente sino en crear cosas nuevas, en producir seres artificiales a partir de su diseño, proyección, pronóstico y construcción.

Se trata de modelos heurísticos que con el apoyo de la matemática, la lógica y la cibernética permiten experimentar y simular en la mente y en la máquina nuevos caminos, optimizaciones y toma de decisiones, automatizar la producción, sintetizar cosas nuevas y construir robots de alto nivel, capaces, incluso, de traducir un texto a otra lengua. Se trata de modelos prácticos, básicamente sintéticos y de construcción, que definen previamente cómo deben ser las cosas que se van a crear antes de que éstas existan, a diferencia de los modelos científicos convencionales cuyo propósito es analizar y conocer una realidad ya dada específicamente.

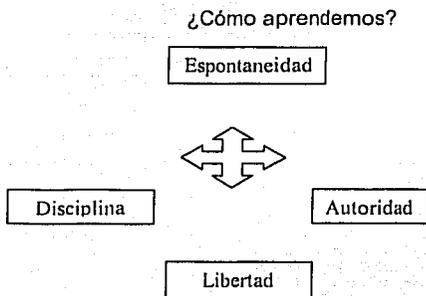
"Los modelos que los pedagogos tradicionalmente han propuesto para la educación no pertenecen a ninguna de estas dos categorías de modelos, pues su propósito expreso no ha sido describir ni penetrar en la esencia misma de la enseñanza, sino reglamentar y normativizar el proceso educativo, definiendo ante todo qué se debería enseñar, a quienes, con qué procedimientos, a qué horas, bajo qué reglamento disciplinario, para moldear ciertas cualidades y virtudes en los alumnos". (Flores, 1994: 160).

Una vez que mencione que es la educación y pedagogía, voy a dar comienzo con el tema del constructivismo.

1.3 CONSTRUCTIVISMO

El conocimiento es individual como apropiación y proceso interior, y es colectivo como producto cultural.

Entre ambos conocimientos, el individual y el colectivo, se da una relación constante: lo social puede modificar el saber individual y éste el saber social.



En el Eje Espontaneidad – Libertad se privilegia lo individual, y en el Eje Disciplina – Autoridad se enfatiza lo social. Una visión realista debe de aterrizar en una estrecha relación entre lo espontáneo y libre y lo disciplinario autoritario para que se puedan incorporar los bienes culturales sin inhibir lo espontáneo de la persona.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

1.3.1 TEORIAS DEL CONSTRUCTIVISMO

Cognoscitivismo

Humanismo

Psicogenética

Sociocultural

a) Cognoscitivismo: Definen el aprendizaje como un proceso sistemático y organizado que tiene como propósito fundamental la reestructuración cualitativa de los esquemas, ideas, percepciones o conceptos de las personas, según el punto de vista de Ausubel. Explica como un proceso la información en el cerebro.

La enseñanza une lo desconocido con lo conocido. Para el cognoscitivismo, la motivación por estudiar está dirigida por aspectos internos.

b) La Teoría Humanista: es concebida como una psicología del SER y no del hacer.

El humanismo comparte con la filosofía Existencialista la visión del hombre como un ser creativo, libre, creador de su propia existencia y consciente.

La meta principal del enfoque Humanista es que la persona asuma su propio modo de vivir, que se comprometa a vivir de la manera más plena posible.

El fin último de la educación Humanista es ayudar a la persona a que se desarrolle de la mejor manera posible.

c) Teoría Psicogenética: es conocida como constructivista, en el sentido de que para Piaget, el conocimiento no se adquiere solamente por la interiorización del entorno social, sino que predomina la construcción realizada desde el interior por parte del sujeto.

Lo más importante de este enfoque es el reflejo del mecanismo de proceso constructivo de la persona.

El principal objetivo de la educación para Piaget es que el alumno sea capaz de realizar cosas nuevas, por una parte y por otra, que sea capaz de criticar y verificar lo que se le ofrezca.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Piaget entiende a la educación como el elemento apropiado para ayudar a potenciar el desarrollo del alumno y promover su autonomía moral e intelectual.

d) Teoría Sociocultural: La educación desde el punto de vista de Vigotsky dice que se debe proveer el desarrollo Sociocultural e integral del alumno.

Establece que los procesos socioculturales transmiten los conocimientos acumulados a lo largo de la historia y culturalmente se entretajan los procesos de desarrollo social con los de desarrollo personal.

Desde el punto de vista sociocultural el proceso de aprendizaje va paralelo al proceso de desarrollo integral del individuo, ambos se entretajan en un patrón espiral completo.

1.3.2 CONSIDERACIONES GENERALES SOBRE LA EPISTEMOLOGIA GENETICA

Nociones generales.

En la producción de Jean Piaget encontramos, como interés central, los mecanismos de la producción del conocimiento; por esta razón su epistemología se denomina "genética", ya que se enfoca hacia la génesis del conocimiento.

Al insistir en que Piaget es básicamente un epistemólogo, cabe preguntarse qué es para él la epistemología y el conocimiento, y cuál es su explicación acerca del proceso de producción de conocimientos, que resulta un postulado de gran valor para la docencia.

"La epistemología es la teoría del conocimiento válido; si el conocimiento no es nunca un estado, y constituye siempre un proceso, dicho proceso es esencialmente un tránsito de una validez menor a una validez superior. De aquí resulta que la epistemología es necesariamente de naturaleza interdisciplinaria, puesto que un proceso tal suscita a la vez cuestiones de hecho y de validez." (Piaget, 1979:120).

Del análisis de esta cita podemos desprender que Piaget se opone a las corrientes epistemológicas que consideran el conocimiento como un estado, es decir, como algo dado, acabado, en el cual se cree que la ciencia cuenta con verdades absolutas. Afirmar que el conocimiento es un proceso implica reconocerlo como algo en

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

construcción permanente, fruto de la interacción del sujeto con el objeto de conocimiento.

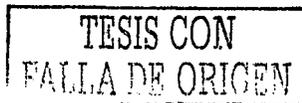
Otra noción importante dentro de la concepción piagetiana es reconocer para la epistemología un carácter interdisciplinario; esto lleva a buscar aportes teóricos en varias disciplinas, pero tienen especial importancia dentro de la teoría de Piaget, la psicología y la lógica.

Podemos ver asimismo que Piaget rompe con aquellas corrientes epistemológicas que identifican a la epistemología con la filosofía, y que incluso la señalan como una rama de ésta. Piaget se esfuerza por desprender la epistemología de la filosofía para darle un status científico.

Respecto al problema de la distinción entre ciencia y filosofía, Piaget señala: No veo más que un criterio distintivo entre las ciencias y la filosofía, aquellas se ocuparían de problemas particulares, mientras que ésta apuntaría al conocimiento total.

Para Piaget, trabajar científicamente la epistemología implica, por un lado, ocuparse de problemas particulares; y por otro, acostumbrarse a proceder metódicamente, paso a paso, gracias a la acumulación de resultados parciales, que se obtienen de estudios monográficos de los cuales pueden surgir las comparaciones y las generalizaciones, a partir de un trabajo interdisciplinario. La epistemología científica ha de ser el resultado de un trabajo colectivo de largo alcance que oponga desde el principio posibles adversidades. De antemano nada prueba por ejemplo que el idealismo de lo real necesario al matemático no se reúna de manera directa y simple con el realismo por excelencia del biólogo, para el cual cualquier simplificación del dato presenta el peligro de deformar sus rasgos esenciales. La noción del aumento de los conocimientos implica de entrada una pluralidad de hipótesis y exige la colaboración de múltiples investigadores, cuya oposición en cuanto a las actitudes intelectuales tiene que ser forzosamente productiva.

Otra noción importante de la obra de Piaget la constituye el planteamiento de que el sujeto que interesa a la epistemología es el sujeto en desarrollo. Así lo prueba su trabajo de investigación con los niños, que es el que le permite afirmar que el conocimiento es creación continua y asimilación transformadora.



COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Algunas nociones que permiten distinguir la teoría epistemológica elaborada por Piaget son las siguientes:

- La acción es constitutiva de todo conocimiento. El conocimiento es dependiente de la acción y la acción es productora del conocimiento. Por medio de ella, los objetos son incorporados por el sujeto, asimilados a los esquemas de acción.
- El esquema: "Conjunto estructurado de las características generalizadas de la acción, es decir de aquellas que permitan repetir la misma acción o aplicarla a nuevos contenidos".
- La asimilación : "Acción del organismo sobre los objetos que lo rodean; acción que depende de las conductas anteriores referidas a los mismos objetos o análogos, modificándolos e imponiéndolos cierta estructura propia. Asimilación es el proceso de actuación sobre el medio con el fin de construir internamente un modelo del mismo". (Núñez, 1973:30).
- Adaptación: "Equilibrio entre las acciones del organismo sobre los objetos que lo rodean, en tanto que esta acción depende de las conductas anteriores, referidas a los mismos objetos en otros análogos. En efecto toda relación entre un ser viviente y su medio presenta ese carácter específico de que el primero, en lugar de someterse pasivamente al segundo lo modifica imponiéndole cierta estructura propia." (Piaget, 1977:118). Podemos definir la adaptación como un equilibrio entre la asimilación y la acomodación.
- Acomodación: El sujeto actúa sobre el medio y el medio actúa sobre el organismo, pudiendo designarse a esta acción inversa de acuerdo con el lenguaje de los biólogos, acomodación, entendiéndose que el ser viviente no sufre impasiblemente la reacción de los cuerpos que lo rodean, sino que esta reacción modifica el ciclo asimilador acomodándolo a ellos. Psicológicamente, encuéntrese de nuevo el mismo proceso en el sentido de que la presión de las cosas concluye siempre, no en una modificación pasiva, sino en una modificación de la acción que se refiere a ella.
- Estructura: "en una primera aproximación, define la estructura como, sistema de transformación que entraña unas leyes en tanto que sistema (por oposición a las propiedades de los elementos) y que se conserva o que se enriquece en el mismo juego de sus transformaciones, sin que éstos lleguen a un resultado fuera de sus

TESIS CON
FOLIA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

fronteras o reclame unos elementos exteriores. En una palabra la estructura comprende así los tres caracteres de totalidad, de transformación y de autorregulación". (Piaget, 1976: 228).

Las estructuras no son visibles, su comprensión exige un esfuerzo de abstracción reflexiva. En el estructuralismo hay diferentes posiciones, pero todos están de acuerdo con el carácter de totalidad de los mismos, ya que aunque está formada por elementos, no representa la suma de ellos. Por ejemplo los números enteros no existen aisladamente y no han sido descubiertos dentro de un orden cualquiera para reunirlos a continuación en un todo: solamente se manifiestan en función de la serie misma de los números y esta presenta unas propiedades estructurales de [grupos], [cuerpos], [eslabones], etc., muy distintos de los de cada número que por su parte puede ser par, impar, primo o divisible por $N1$, etc.

Las estructuras comprenden estructurantes y estructuras, por lo cual sólo se pueden entender como un sistema de transformaciones y no como algo estático. Este sistema de transformación constituye su segunda característica.

La tercera característica de las estructuras la constituye el autoajuste; este ajuste constituye su conservación y un cierto cierre. Cuando este cierre ocurre, la estructura no desaparece, sino que se inscribe en una estructura más amplia, que permite su enriquecimiento, dentro de un proceso permanente de autoajuste. Comprender esta noción de estructura facilita el conocimiento de la teoría de Piaget y permite interiorizarse en el carácter dinámico de la misma y desprender los siguientes principios:

- El rechazo de toda oposición radical entre experiencia y deducción, entre registro e interpretación, entre constatación y experiencia.
- La objetividad del conocimiento es dependiente de incremento de la actividad del sujeto sobre el objeto, en el sentido de que éste no se llega a alcanzar jamás y sólo se dan aproximaciones.
- Tanto la naturaleza como la validez de los conocimientos depende de su modo de formación. Aquí enfatiza Piaget la importancia del proceso de conocimiento.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

- Entre el sujeto y el objeto existe una relación dialéctica. El proceso del pensamiento no es lineal constituye un proceso complejo de estructuraciones sucesivas, a través de una jerarquía de niveles bien definidos. Cada nivel constituye un estado de equilibrio dinámico.

1.3.3 ASPECTOS METODOLOGICOS DE LA EPISTEMOLOGIA GENETICA

El núcleo central de las dificultades para una interpretación correcta de la teoría piagetiana reside en el papel que juegan en ella tanto la psicología como la lógica. La relación de la psicología con la epistemología ha sido considerada de manera muy diversa en el curso de la historia de la filosofía. Se llegó incluso a ignorar la psicología como instrumento para el tratamiento de problemas epistemológicos, pero negarla no implica que no se utilice, y de un análisis de las teorías epistemológicas en boga se pueden extraer las presunciones de carácter psicológico implicadas en ellos. Otros casos, en los que se reconoce que la psicología juega un papel muy importante en el análisis de los problemas epistemológicos, suelen quedarse en el campo de la reflexión o especulación filosófica, sin llegar a una aproximación científica.

"La lógica es como primera aproximación del estudio de las condiciones de la verdad. Sin embargo el conocimiento verdadero constituye cierta relación entre un sujeto (a) y un sujeto (b)". (Piaget, 1972:70).

El conocimiento supone la actividad del sujeto en su relación con el objeto; las actividades hacen intervenir estructuras que son inherentes en todas las relaciones de conocimiento que vinculan a los sujetos con los objetos. La lógica se ha especializado en el estudio de las estructuras o formas, sin ocuparse de establecer cuáles podrían ser sus relaciones con el sujeto o con los objetos reales (físicos). Una segunda aproximación hacia la definición más precisa de la lógica implica considerar a ésta como el estudio de las condiciones formales de la verdad.

La pregunta básica de la epistemología genética es "¿cómo pasa el sujeto de un estado de menor conocimiento a un estado de mayor conocimiento?" No intenta definir las expresiones "estado de conocimiento" y "estado de mayor conocimiento"; las toma el contexto social y las acepta como son manejadas por una comunidad social en un

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

momento dado. Esto constituye la aceptación del conocimiento como resultado de una práctica social.

La epistemología genética aborda pues el problema del conocimiento en función de sus dimensiones históricas y ontogenéticas, podemos distinguir en ella tres rasgos dominantes:

- a) La dimensión biológica.
- b) El punto de vista interaccionista.
- c) El constructivismo genético.

a) La dimensión biológica.

Piaget estudia la génesis del conocimiento con una clara concepción del hombre como ser biológico, poseedor de una serie de características determinadas por la herencia, pero que no se queda ahí. Señala que estas estructuras organizadas genéticamente son la base para construcciones nuevas, mediante un proceso de asimilación funcional. Parte del concepto de genotipo para su consideración de las estructuras cognoscitivas. El genotipo es el elemento en el cual se encuentran programadas genéticamente estructuras que constituyen la base de nuevas estructuras, por la acción de los procesos de asimilación y acomodación.

Cabe destacar que con esta posición teórica Piaget rompe diametralmente con aquellas concepciones de hombre que consideran a éste como una tabla rasa, sobre la cual se construye el conocimiento.

Esta posición le ha valido a Piaget fuertes críticas, en el sentido de que su teoría tiene un carácter biologista y que, según sus críticos, constituye un reduccionismo.

Las primeras manifestaciones de la actividad mental consisten en incorporar nuevos elementos a estas estructuras, siendo esto el origen de los primeros conocimientos del sujeto; y así, por asimilación e integración recíproca de los esquemas, se constituyen las respuestas nuevas que no están inscritas en las estructuras orgánicas hereditarias. Esta es una de las más importantes aproximaciones de la concepción piagetiana, ya que rebasa las concepciones mecanicistas del proceso del conocimiento. No explica a éste como una simple adición de objetos nuevos ni como una reacción del sujeto frente

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

al medio, y proporciona elementos para comprender el proceso dialéctico del pensamiento.

Con la incorporación de la idea de estructuras, dota de criterios de organización que permiten explicarnos el proceso del pensamiento, así como los límites del mismo.

Establece una analogía profunda entre las concepciones psicológicas y biológicas del papel de la asimilación estructuradora del sujeto del conocimiento y la idea fundamental de que hay continuidad entre los mecanismos biológicos más generales y los que hacen posible la génesis de las funciones cognoscitivas, subrayando la acción continua entre el organismo y el medio, así como la construcción gradual de los esquemas.

b) El punto de vista interaccionista.

"El conocimiento debe ser considerado como una relación de interdependencia entre el sujeto que conoce y el objeto de conocimiento y no como una yuxtaposición de dos entidades disociables". (Inhelder, 1975: 62). Según Piaget, el objeto existe, pero sólo se le puede conocer por aproximaciones sucesivas, a través de las actividades del sujeto, sin alcanzar jamás un conocimiento completo de él. Los instrumentos por los que el sujeto conoce son de origen biológico y dependen por ello del mundo físico, rebasan sus orígenes, ya que permiten construir sistemas de relación que enriquecen el conocimiento de la realidad y del mundo físico.

Esto no implica que se logre la objetividad espontáneamente, sino que se requiere de un continuo trabajo de reelaboración y de descentralización. Esta reelaboración se orienta en dos direcciones complementarias, pero siempre interdependientes: la que conduce a la elaboración de formas de conocimiento o estructuras lógicas y matemáticas, y la que nos lleva al conocimiento de los objetos y las relaciones espacio-temporales y causales que los constituyen, misma que da lugar a varios tipos de conocimientos intermedios.

Ampliando la explicación anterior, Piaget hace una distinción entre la abstracción empírica y la reflexiva. La empírica abstrae del objeto sus propiedades, obtiene su información de los propios objetos. La reflexiva obtiene su información de la coordinación de las acciones que el sujeto ejerce sobre el objeto.



COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

c) El constructivismo genético.

Según la hipótesis fundamental del constructivismo genético, ningún conocimiento humano, salvo, evidentemente, las formas hereditarias muy elementales, está preformado ni en las estructuras construidas por el sujeto, ni en las de los objetos.

El paso o evolución a estructuras superiores implica necesariamente la existencia de estructuras más simples, pero no se limita a ellas, Entre el paso de una estructura más simple a una de mayor complejidad hay una continuidad funcional y una discontinuidad estructural. En este paso, el sujeto recurre a mecanismos autorreguladores que le permiten mantenerse en equilibrio (homeostasis); es decir, hay una reequilibración con integración y complementación en una nueva estructura.

En la epistemología se tiene presente siempre la relación del sujeto con el objeto, la interacción que se da entre ellos es el conocimiento, producto mental que, según la teoría de Piaget, el sujeto construye por aproximaciones sucesivas, (a través de sus esquemas de acción) al objeto de conocimiento más válido.

Retomando la relación del objeto y el sujeto, Piaget señala que el objetivo de la ciencia es la conquista del objeto, que existe independientemente de ella, aunque se modifica a medida que tiene lugar esa conquista. Este intento de conquistar el objeto lo lleva a la cuidadosa construcción de su metodología.

A nivel metodológico, un aspecto importante de esta teoría es que incorpora la verificación experimental en la epistemología, como un intento por desprender a la epistemología del campo de la filosofía. La epistemología genética pretende ser una ciencia y procede como otras ciencias, formulando preguntas verificables. Los procedimientos de verificación serán en función de la pregunta y la verificación empírica se impondrá para conocer la génesis real de ciertas nociones, procesos de inferencia, formas de razonamiento elementales, etc.

Este procedimiento debe entenderse como, el objeto de la ciencia delimitado, y al científico como alguien interesado en la solución de problemas específicos, quien construye uno o varios hechos métodos específicos que permiten reunir varios hechos y coordinar interpretaciones, para lograr una aproximación constructiva del hecho o fenómeno que investiga.

Aunados al procedimiento de verificación experimental, la epistemología genética propone tres métodos: el análisis formalizante, el análisis psicogenético y el método histórico crítico, que son compatibles entre sí y a través de los cuales se concretan las relaciones entre la psicología y la lógica en la teoría piagetiana. Explicaremos brevemente los métodos antes citados y la relación que se advierte entre ellos.

a) Análisis formalizante. Problemas de estructura formal de los conocimientos y validez de esos sistemas para determinar el conjunto de las condiciones necesarias y suficientes que permitan al sujeto construir esa estructura en su carácter de válida (validez formal y lógica).

b) Análisis psicogenético. Problemas de hecho referidos a la caracterización de los estados de conocimiento en distintos niveles sucesivos y los mecanismos de paso entre uno y otro de estos niveles. Para cada problema epistemológico en particular se trata de precisar y sistematizar la invocación de la psicogénesis.

c) Método histórico crítico. Reconstrucción de la historia de las ciencias y de las distintas formas de validación. Esta historia constituye la reflexión de una memoria especializada sobre los modos de razonamiento que aplica el pensamiento científico espontáneo y finalmente el pensamiento espontáneo. Este análisis histórico crítico se complementa con el análisis genético no sólo al remontarse a estadios más elementales que los periodos históricos, sino además al indicar en que estructuras inconscientes descansa el pensamiento natural y por consiguiente debido a qué razones la reflexión constructiva de los teóricos reconstruye y prolonga los esbozos de la inteligencia espontánea.

Piaget insiste en la necesidad de coordinación de los métodos y de completar el análisis psicogenético por sí solo como método epistemológico con el análisis histórico – crítico, con los análisis directos y sobre todo con el análisis formalizante.

La ya mencionada verificación experimental incorporó a la metodología de Piaget el diseño de una serie de experimentos en los cuales se probaban las hipótesis de trabajo que apuntaban a la construcción de una gran parte de la teoría piagetiana. Dichos

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

experimentos fueron objeto de una interpretación desafortunada por parte de algunos de sus seguidores, al no ser correctamente tomados como procedimientos metodológicos con clara función heurística, sino confundidos con procesos de enseñanza y reproducidos como tales en los salones de clase, sin hacer los desarrollos que el tratamiento didáctico requería, olvidando que la finalidad del trabajo de Piaget con los niños no era precisamente la enseñanza y además, que se daban en una situación de control que no es la que se vive en el aula.

La teoría piagetiana especialmente en lo referido al desarrollo de la inteligencia, aporta efectivamente elementos sustantivos para aplicar acciones fundamentales en el proceso de enseñanza – aprendizaje, tanto a nivel de diseño como de implementación del currículo; pero esto no se logra con la mera reproducción mecánica de algunos aspectos metodológicos del trabajo de Piaget y colaboradores, que sólo constituye el apoyo teórico a partir del cual se debe desarrollar la instrumentación didáctica aplicable, que no fue objeto del trabajo del investigador.

1.4 LA CONSTRUCCION DEL SUJETO EN JEAN PIAGET

Para Piaget el conocimiento es el resultado de la interacción entre el sujeto (por medio de los esquemas de acción) y el objeto (el método constituye el instrumento de apropiación). En este apartado trataremos de dos aspectos íntimamente relacionados, a partir de los cuales Piaget explica el sujeto epistémico, el desarrollo afectivo y su teoría sobre el desarrollo de la inteligencia, que están correlacionados y explican el psiquismo como una totalidad compleja.

Es importante destacar que el sujeto epistémico para el propio Piaget, es el sujeto en desarrollo, es decir, le interesa tanto el niño como el adolescente para poder explicar el proceso del conocimiento en el adulto. En este sentido introduce una innovación importante en su concepción del sujeto y es que lo ve como un constructor. Es decir, el sujeto no solamente reproduce la realidad en su mente, sino que de acuerdo a este concepto la realidad es siempre una construcción del sujeto. En este sentido, se opone a las corrientes mecanicistas que suponen que el sujeto es un simple reproductor de la realidad.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Respecto a la relación de los factores cognoscitivos y afectivos, (Dolle, 1979:120) nos dice lo siguiente:

"Desde el punto de vista genético la afectividad se estructura antes que la inteligencia, no es menos evidente que las estructuraciones afectivas también son cognitivas, lo que no impide que la afectividad se constituya en su especificidad antes que la inteligencia. El problema es entonces tratar de marcar sus articulaciones. Una dialéctica que articule lo continuo y lo discontinuo, la afectividad y la inteligencia, debería permitir que aparezcan las actualizaciones y potencializaciones en dos niveles."

1.4.1 ASPECTOS AFECTIVOS

El desarrollo intelectual es indisoluble del afectivo. La naturaleza del intercambio emocional con la persona humana es algo que el niño va descubriendo a través del intercambio mismo. Simultáneamente, el niño va construyendo su noción de objeto permanente; existe sincronismo entre la formación del objeto físico y el afectivo.

El pasaje de la acción al pensamiento tiene lugar gracias a la función simbólica que no solamente tiene un papel muy importante en los conflictos afectivos, sino también en la formación de la representación mental en general y en la del lenguaje en particular.

Esta función, al sustituir por símbolos, signos e imágenes la realidad concreta, constituye la condición del pensamiento.

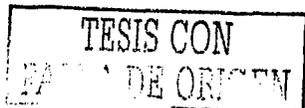
Con la adquisición del lenguaje, el niño adquiere una herramienta que le permite la vinculación de su pensamiento y la posibilidad de ir diferenciándose gradualmente como un yo, así como reconstruir el mundo en el cual actúa.

El desarrollo afectivo posibilita y acompaña al desarrollo cognoscitivo, ya que proporciona los niveles de la actividad del niño y valoriza su adaptación al medio.

Tan importante es para el niño el juicio lógico como el moral. El análisis del juicio moral llevó a Piaget al problema de las relaciones entre el juicio moral y la conciencia racional;

"La moral presentada al individuo por la sociedad no es homogénea, porque la misma sociedad no es una cosa única. La sociedad es el conjunto de las relaciones sociales.

Pero en ésta pueden distinguirse dos tipos extremos; las relaciones de presión de lo que es propio imponer al individuo desde el exterior, un sistema de reglas de contenido



COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

obligatorio y las relaciones de cooperación cuya esencia es hacer nacer al interior de la mente la conciencia de normas ideales que controlan todas las reglas". (Piaget, 1973:356).

En esta cita podemos percibir claramente el concepto que Piaget tiene de la sociedad y de la forma en que ésta interactúa con el niño, imponiendo criterios para el desarrollo del juicio moral que aquél analiza en íntima relación con el aspecto cognoscitivo, ya que toda su investigación respecto a esto la basa en interrogatorios que posibilitan al niño la oportunidad del juicio moral, en una gran diversidad de casos, lo que a su vez permite al investigador conocer si hay comprensión, reversibilidad, extrapolación, etc., del juicio moral; o sea, relaciona íntimamente su concepto de conducta), como las operaciones cognoscitivas implicadas (aspecto estructurante de la conducta); establece un paralelismo entre el desarrollo moral y la evolución intelectual.

La moral tiene una función análoga respecto a la vida afectiva, o sea que nada permite afirmar la existencia de tales normas en los comportamientos presociales anteriores al lenguaje, el control propio de la inteligencia sensorio motriz es el origen externo; lo que obliga al organismo a seleccionar sus gestiones son las propias cosas y no la actividad intelectual inicial que busca activamente la verdad.

1.4.2 TEORIA SOBRE EL DESARROLLO DE LA INTELIGENCIA

En su explicación genética de la inteligencia, Piaget divide el desarrollo en cuatro periodos, en cada uno de los cuales se presentan diversos estadios. Por periodo entiende un espacio temporal de cierta extensión dentro del desarrollo, que señala la formación de determinadas estructuras. Estos espacios temporales se estiman correlacionados, aplicando un criterio cronológico; pero los márgenes de edad utilizados para señalarlos son aproximativos. Se subdividen en estadios y subestadios; todos responden a un orden de sucesión, tienen un carácter integrativo, poseen una estructura de conjunto, suponen un nivel de integración con fases iniciales y su integración en una estructura que lleva a un nivel de completamiento donde aparece el equilibrio de la estructura construida.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Esquema del desarrollo de la inteligencia

Primer período: de la inteligencia sensorio motriz

El niño se construye a sí mismo y al mundo a través de sus sentidos. Se extiende desde el nacimiento hasta la aparición del lenguaje, abarcando aproximadamente los dos primeros años de vida. Tiene seis estadios.

- a) Primer estadio: de los mecanismos reflejos (0 a 1 mes).
- b) Segundo estadio: de las reacciones circulares y primarias y los primeros hábitos (1 a 4 meses).
- c) Tercer estadio: de las reacciones circulares secundarias (4 a 8 - 9 meses)
- d) Cuarto estadio: coordinación de esquemas secundarios (8 - 9 a 11 - 12 meses).
- e) Quinto estadio: reacciones circulares y terciarias y experimentación activa (11 - 12 a 18 meses).
- f) Sexto estadio: de transición del acto intelectual senso - motor a la representación (18 a 24 meses).

Segundo período: de la inteligencia representativa y preoperatoria.

Se distingue de los dos a los siete u ochos años. Se pueden diferenciar dos estadios de desarrollo.

- a) Primer estadio: el pensamiento preconceptual (2 a 4 - 5 años).
- b) Segundo estadio: del pensamiento intuitivo (5 a u 8 años).

Tercer período: de la inteligencia operatoria concreta.

Se extiende de los 7 - 8 a los 11 - 12 años; en él pueden distinguir dos estadios de desarrollo:

- a) De las operaciones simples (7 - 8 a 9 - 10 años).
- b) De completamiento de sistemas de clases y relaciones (9 - 10 a 11 - 12 años).

Cuarto período: de la inteligencia operatoria formal.

En este período, es cuando según Piaget se forma el sujeto social propiamente dicho, es decir, el sujeto inserto en su sociedad y con auténticos intereses de reforma social y de definición vocacional.

Para Piaget, la estructuración del sujeto afectivo es ya del sujeto epistémico y que uno y otro son el sujeto social en un orden de aparición de las tres estructuras sucesivas.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Se extiende de los 11 – 12 años hasta los de la adolescencia. En este periodo llega a su fase de completamiento el desarrollo de la inteligencia. Se distinguen dos estadios:

- a) Primer estadio: de las operaciones combinatorias, con un nivel de equilibrio alcanzado hacia los 14 ó 15 años
- b) Segundo estadio: de las relaciones interproporcionales, que se alcanza a partir de los 14 ó 15 años.

1.4.3 FACTORES DEL DESARROLLO INTELECTUAL

En un intento aproximado de comprender el mecanismo causal que opera sobre el desarrollo y su dirección integradora, Piaget señala cuatro factores que influyen en el desarrollo intelectual, afirmando que considera que la comprensión del mecanismo causal es todavía explicativa que integre armoniosamente las interpretaciones de la embriogénesis, el crecimiento orgánico y el desarrollo cognoscitivo.

- Factor de crecimiento orgánico y maduración de los sistemas nervioso y endocrino.

La maduración del sistema nervioso no está acabada al nacimiento, prosigue hasta los 15 ó 16 años, lo que permite establecer un cierto paralelismo con el desarrollo de las funciones intelectuales, que en esa etapa alcanzan su forma de equilibrio final. Sin embargo, es importante destacar que no se trata de suponer que el desarrollo intelectual está dispuesto de antemano en el sistema nervioso, ni que todo está en función a la maduración del sistema nervioso, sino que las posibilidades que abren la herencia y la maduración se conjugan con la actividad del sujeto en una estrecha relación con el medio físico y social, en un proceso de equilibración progresiva. La forma de equilibrio alcanzada en la maduración física es más estable, estática y rígida que la equilibración de la actividad intelectual, que es móvil e inestable y permite un progreso y enriquecimiento continuos. El crecimiento y maduración del sistema nervioso y endocrino son un factor necesario para el desarrollo intelectual, pero no un factor suficiente para explicar todo su desarrollo.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

- Factores del ejercicio y de la experiencia adquirida en la acción efectuada sobre los objetos (medio físico).

Este es un factor esencial en la construcción lógico – matemática. Aunque es complejo e importante, tampoco es suficiente para explicar todo el desarrollo intelectual.

El medio físico es todo un mundo de objetos y situaciones que se impone al individuo como un medio por conocer y sobre el cual debe experimentar activamente.

La reflexión lógico – matemática (a la que ya nos referimos antes), consiste en actuar sobre los objetos abstrayendo el conocimiento de las acciones y no precisamente de las propiedades de los objetos como tales.

De la actuación sobre el objeto se abstraen sus propiedades fundamentales.

- Factor de la interacción y transmisiones sociales (medio social).

Al explicarnos el desarrollo intelectual no podemos excluir la interacción social, que es un factor importante. El individuo se mueve en un mundo que está formado no sólo por objetos sino también por individuos en continua interacción con aquellos. Este también es un factor esencial pero no suficiente por sí mismo para explicar el desarrollo intelectual.

En la interacción social el individuo se manifiesta en intercambios, colaboración, oposiciones, etc., que le permiten ir logrando las cooperaciones que son posibles en un medios social.

- Factor de equilibración progresiva.

La formación de las estructuras se logra progresivamente, hacia un equilibrio cada vez más móvil y estable. Se observa un doble fenómeno: la formación de estructuras que pueden construirse paso a paso desde los primeros esbozos y, por otra parte, el logro de formas de equilibrio que le son propias.

La inteligencia y la afectividad no pueden ser consideradas independientes, ya que ambas son modos de adaptación que tiene el sujeto frente a sí mismo, a las cosas, y a las personas. Dicho de otra manera, la dialéctica del objeto es un proceso de adaptación sin fin.

Una vez concluido este tema, se pasará a el concepto de aprendizaje y sus formas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.5 ¿QUÉ ES EL APRENDIZAJE?

Aprendizaje es una palabra con un significado muy claro, aparentemente. Padres de familia, estudiantes y maestros, hablamos con mucha frecuencia del aprendizaje, y lo hacemos como refiriéndonos a algo tan claro y obvio, conocido por todos, que a algunos les parecerá extraña la pregunta de qué es el aprendizaje.

Existen diversas teorías y concepciones de lo que es el aprendizaje, de los "teóricos del aprendizaje". Mencionan que se trata de "un cambio más o menos permanente en la conducta" y que este cambio es debido a, o el resultado de "una interacción con el ambiente" (para excluir cambios producidos por la maduración biológica o por traumatismos y enfermedades).

Las diferencias empiezan a surgir cuando preguntamos qué se entiende por conducta; aquí, de nuevo, encontramos varios puntos de vista. Mientras que algunos limitan el término conducta a aquellas acciones o movimientos observables o cuantificables de algún modo, hay quienes incluyen también otros procesos psicológicos no observables ni cuantificables directamente. Aquí podemos incluir procesos de pensamiento, percepción y sentimiento, por ejemplo.

"Dentro de la perspectiva del aprendizaje autodirigido es aceptada la acepción más amplia, que incluye los cambios tanto en la conducta observable como la percepción, las actitudes, los sentimientos y los llamados procesos cognoscitivos". (*Moreno, 1993:90*).

El hecho de que sean muy diversos los fenómenos humanos a los que llamamos aprendizaje, da pie para hablar de "tipos de aprendizaje". Es más, existen varias perspectivas desde las cuales se pueden proponer clasificaciones o esquemas que nos ayudan a identificar diversas cualidades del aprendizaje.

1.5.1 EL SIGNIFICADO Y LA VIDA REAL

Hay aprendizajes llenos de sentido personal y significativo para quien los hace. Por lo general, se trata de algo que está relacionado de una manera cercana con la situación vital y con los intereses, inquietudes y preocupaciones de quien aprende. Si hablamos

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

de una carrera, los aprendizajes con frecuencia se refieren a actividades propias del campo profesional e implican un contacto cercano con las situaciones propias de la profesión. Hay, también, aprendizajes carentes de sentido, aquéllos frente a los cuales decimos: "¿y esto para qué me sirve?", o , "¡esto está muy aburrido, no le veo ninguna aplicación!". Sin que se entienda que un aprendizaje sólo tiene sentido si es aplicable, sí hay que reconocer que a menudo lo que aprendemos no tiene un valor y un sentido claro para nosotros.

El aprendizaje significativo es aquel que tiene un sentido y un valor personal para quien lo hace, que puede ser asimilado, integrado y relacionado con otras experiencias y conocimientos. Se trata de un aprendizaje que necesariamente incluye las emociones y los sentimientos, además de los aspectos intelectuales, psicomotores o éticos y/o sociales que pueda tener.

Se trata pues de un aprendizaje estrechamente vinculado con la vida de quienes aprenden y que da más importancia a la experiencia presente que al pasado o al futuro. No es tanto una preparación para el futuro, cuando un logro actual que llena de satisfacción y da un sentido de realización personal. Esto no significa, desde luego, que se ignore la existencia de un pasado y de un posible futuro. Sencillamente se da mayor importancia al presente porque consideramos que es ahí donde existen, por lo general, más elementos que den sentido y dinamismo propio a los procesos de aprendizaje.

1.5.2 CONTENIDO Y PROCESO

Cuando hablamos de aprendizaje, en ocasiones nos referimos a los contenidos, es decir a lo que aprendemos (gramática, álgebra, historia, dibujo, lógica, etc.), y a veces hacemos alusión al proceso, es decir, a las acciones que realizamos "dentro" y "fuera" de nosotros mismos para aprender.

Es muy común que prestemos más atención al aprendizaje en tanto contenido y que pasemos por alto al proceso. Los enfoques educativos que apoyan la participación activa de los alumnos insisten, por el contrario, en resaltar la importancia del proceso, de ahí que se hable mucho de que hay que aprender a aprender.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Cuando se da mayor importancia al aspecto de los contenidos, el aprendizaje suele verse en tanto resultado o producto terminal. Esto se equipara, con frecuencia, a la memorización y repetición más o menos mecánica de una información o habilidad aprendidas (aunque no necesariamente tendría que ser de esta manera). En esta perspectiva es usual que se adquieran respuestas ya hechas, conocimientos ya elaborados, soluciones prefabricadas, aunque se desconozca cómo fue que se llegó a tales respuestas o conocimientos.

Cuando se considera al proceso algo también importante, se busca propiciar el desarrollo de las capacidades personales para observar, buscar, razonar, descubrir, generar y evaluar situaciones, respuestas, conocimientos, soluciones y resultados. Se pretende saber y conocer cómo ocurre el proceso del aprendizaje para poder dirigirlo y para poder aprovechar las distintas oportunidades disponibles no sólo en la escuela sino en las diversas circunstancias de nuestra vida.

Desde el punto de vista de la participación y la dirección, se pueden identificar las siguientes modalidades en el aprendizaje (se presentan como polaridades, para resaltarlas, aunque en la práctica no sea muy frecuente encontrar el grado extremo de ambos polos):

- a) Aprendizaje activo, participativo o aprendizaje pasivo, mecánico.
- b) Aprendizaje autodirigido o dirigido por otros.
- c) Aprendizaje individual o grupal.

El aprendizaje participativo y autodirigido es aquél en el que las personas juegan un papel activo, se involucran personalmente, toman la iniciativa, piensan, actúan, opinan, analizan, eligen, deciden, etc. Su palabra y su postura personal es importante y tomada en cuenta. Ellos buscan por su cuenta y amplían y realizan los trabajos de acuerdo con sus intereses, valores y capacidades.

En el aprendizaje pasivo, por el contrario, la persona está más bien receptivo, como esponja, pendiente de las indicaciones. Hace lo que se le dice, cumple con lo que se le ordena, repite y memoriza lo que se le pide. Su actividad se restringe a lo que otros le señalan.

El aprendizaje heterodirigido es aquel en el que son otros los que dirigen el aprendizaje en lugar de que sean las mismas personas quienes lo hagan.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

La motivación: El término motivación es también muy usado y tampoco tiene un sentido único en el que todos estemos de acuerdo. Los puntos en común que podemos encontrar entre los diversos usos y significados pueden ser: que es algo que mueve a las personas a actuar o algo relacionado con los intereses de las personas que las impulsa a hacer.

Dentro del campo de la psicología, encontramos varias perspectivas teóricas diferentes que intentan comprender y explicar lo relacionado con la motivación humana. Hay quienes postulan varias motivaciones básicas y hay quienes proponen una sola.

En tanto que la motivación se entiende como algo que tiene que ver con el comportamiento y la acción de las personas, se presenta también la controversia entre quienes consideran que son sucesos o situaciones en el medio los que condicionan y controlan la conducta, y los que afirman que son "fuerzas internas" las que mueven al individuo a actuar.

La motivación intrínseca se trata de esa motivación que expresa nuestras más genuinas necesidades, deseos y aspiraciones, aquella que nos pone en contacto con nuestras posibilidades de crecimiento y desarrollo como personas. Se trata de una fuerza que brota de las sensaciones corporales mismas para, en su interacción con los procesos simbólicos, hacer posible vivirnos como seres capaces de dar y encontrar sentido y significado a las experiencias que vivimos.

1.5.3 ORGANIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS

Finalmente, un aspecto más en relación con los diversos tipos o modalidades del aprendizaje es la organización de los contenidos.

Esa es una posibilidad entre otras: también puede seguirse un orden psicológico basado en la experiencia, percepción y necesidades de quienes aprenden; el criterio que determine la secuencia puede ser el significado o la relación que el que aprende vaya encontrando en el material; no forzosamente tiene que darse una secuencia "ordenada y gradual"; pueden darse momentos de confusión, contradicción y desconexión alternados con etapas de claridad, síntesis y organización.

TESIS CON
WALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Los elementos afectivos juegan un papel muy importante en esto; la carga emocional que una persona le dé a un determinado material o información, va a incluir en forma decisiva en su secuencia y organización.

Cuando se trabaja desde la perspectiva del aprendizaje participativo con la metodología del aprendizaje basado en la resolución de problemas, las situaciones – problema y las preguntas y retos que de ellas surgen, son los criterios que señalan cuál es la información necesaria, en qué momento y en qué secuencia.

Las repercusiones y efectos de uno y otro planteamiento son diferentes en la motivación de las personas y en su proceso y resultado del aprendizaje.

Desde otro ángulo, la organización de los contenidos del aprendizaje puede ser tal que los presente como aislados o desconectados, o bien puede indicar las conexiones y relaciones que hay entre ellos. Pero aquí también entra en juego no sólo la dimensión intelectual como posibilidad de relación o desconexión sino, además, los efectos. Estos aparte de posibilitar o dificultar la captación de dichas relaciones o desconexiones en lo que a la información o contenidos se refiere, también influyen en lo que sucede en la persona en términos de una congruencia o disociación entre sus pensamientos, afectos y acciones.

La dimensión afectiva es un elemento decisivo para lograr actuar como sentimos y pensamos, o bien, para que pensemos de un modo determinado, aunque acabemos haciendo algo muy distinto que vaya incluso a veces en contra de algunos de nuestros sentimientos.

Estamos hablando ya entonces de una organización "externa" de los contenidos, que puede hacerse conforme a diferentes criterios y propósitos; y de una organización "interna", referida a cómo se van asimilando, relacionando e integrando dichos contenidos en y con las diversas dimensiones de la persona.

Se hace necesario reiterar que el aprendizaje significativo ya sea individual o en grupos no puede tener lugar en un vacío. Quiere esto decir que siempre deben existir suficientemente datos e información a disposición de los miembros del grupo, sobre cuyas bases se podrán discutir y evaluar las distintas cuestiones y llegar así a la comprensión y a la solución de los problemas. Asimismo, las cantidades adecuadas de datos no pueden normalmente obtenerse de una fuente únicamente o ser transmitidos a

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

través de un solo canal. Los grupos, contrariamente a lo que pudiera creerse, pocas veces son autosuficientes y requieren una cantidad considerable de información a fin de que tenga lugar el aprendizaje. Si tal no fuera el caso, uno podría interpretarlo como que los miembros del grupo están tan bien informados que no hubieran necesitado molestarse en buscar una educación para empezar. No obstante, no es sólo la cantidad de información lo que importa, sino la manera en que ésta se transfiere al grupo.

Una vez presentado el tema de aprendizaje, se comenzará con el tema de la adultez y su relación con la educación, esto a través de lo que se llama educación de adultos.

1.6 ADULTEZ

El adulto es un tipo capaz de formarse a sí mismo, por consiguiente no es algo estático en el tiempo y en el espacio, sino alguien que se halla en continuo cambio y evolución. En tal sentido, tenemos en primer lugar que el adulto es, antes que nada, alguien que "ha llegado a ser adulto" y por lo tanto trae una historia consigo. El adulto, por otra parte, es alguien que se encuentra en desarrollo hacia la vejez, así como el niño se encuentra en desarrollo hacia la adultez. Por esta razón podemos distinguir durante el período de la edad adulta, los tipos del "adulto joven" y del "adulto mayor", lo cual nos aclara que el adulto no es alguien que necesariamente se haya circunscrito entre la adolescencia y la vejez, sino que también él se halla en continuo cambio y evolución, situación que lo obliga al esfuerzo de adaptarse siempre mejor a las nuevas etapas que se van sucediendo en su existencia. Sociológicamente hablando, uno es adulto sólo en la medida en que los demás le reconocen las prerrogativas propias de tal carácter. Por ello podríamos individuar tantos tipos distintos de adultos, como tipos de aceptación y reconocimiento se den en un determinado grupo social.

"El adulto tipológicamente, es alguien que evoluciona y cambia continuamente, de manera que su mismo estado es un factor dinámico que le obliga a buscar siempre una definición más adecuada de sí mismo, para adaptarse a las nuevas situaciones en que le colocan su propio desarrollo temporal, el grado de reconocimiento que le ofrece su ambiente social y el deterioro de sus diversos tejidos celulares". (Legrand, 1994:26).

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

1.6.1 LA EDAD MEDIA

La edad entre los 40 y los 60 años se, considera convencionalmente como la edad media de la vida, es un período de elevada potencia en el sentido social, pero incluye manifestaciones de declive físico.

Aspectos fisiológicos: No hay cambios definidos excepto cambios superficiales, como el encanecimiento o la caída del cabello, la tendencia a aumentar de peso, etc. Que sean típicos de la edad media, aunque aparecen algunas tendencias generales a medida que aumenta el desgaste de la vida. Se produce un enlentecimiento de las reacciones a los estímulos, un incremento de la tendencia a la enfermedad crónica y un declive en el vigor corporal, que en los hombres se puede manifestar por la disminución de la potencia sexual. Para los hombres, la edad entre los 40 y los 50 años presenta, además, la amenaza de una muerte repentina por infarto. Las mujeres están más amenazadas por cánceres y se les aconseja que comprueben regularmente si hay bultos en sus pechos y que se sometan anualmente a un examen ginecológico.

Aspectos psicológicos: La edad media es también el marco de lo que se ha llamado la crisis de la media vida. Tanto si se manifiesta como un conflicto agudo, o como un sentido crónico de desasosiego, o como un malestar pasajero, esta crisis presenta matices fuertemente depresivos sobre el tipo de vida que se ha llevado y un enfado consigo mismo por no haber alcanzado sus expectativas. Un hecho frecuente que precipita en el hombre la crisis de la media vida es la frustración profesional y la duda sobre las propias realizaciones. Otros pueden descubrir que han tenido mucho éxito en facetas que realmente no deseaban al principio.

1.6.2 CONCEPTO DE EDUCACIÓN DE ADULTO

La Educación del Adulto es ciertamente un concepto mucho más amplio que el de Instrucción del Adulto, diferencia equivalente a la que existe entre una Pedagogía del adulto, o más correctamente una Antropología del Adulto, y una Didáctica del aprendizaje del adulto.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Para captar la diferencia existente entre ambos conceptos, basta tener en cuenta una definición de lo que es la educación y de lo que se entiende por instrucción, como dos modalidades diversas del quehacer perfectivo de la personalidad del ser humano en general.

La Educación es, decimos, el proceso progresivamente intencional de parte del ser humano en desarrollo, tendiente a la consecución del perfeccionamiento integral de su personalidad, y en diálogo con la Naturaleza, la Cultura y la Historia, conforme a su propia individualidad. Si definimos de esta manera a la Educación, tenemos que la misma es un proceso que abarca la totalidad del ser humano en desarrollo, condicionado por la "Naturaleza", entendida como factor hereditario y como medio ambiente físico; por la "Cultura", entendida como el aporte de los valores y estructuras sociales que ha ido creando el hombre a lo largo de los siglos; y por la "Historia", en el sentido del influjo que ejercen las características propias de cada época, capaces de otorgar a sus contemporáneos una fisonomía específica. Por eso la educación es necesariamente un proceso que no conoce límites ni en el tiempo ni en el espacio, ni en lo más profundo de la interioridad del hombre. La educación implica, pues, la necesidad de continua autosuperación del propio ser, y ello dentro de la gama total de los sectores de la personalidad, o sea tanto en las esferas vitales, como económicas, sociales, religiosas y culturales en general.

La Instrucción, por su parte, y como nos lo indica su etimología: "In-struere", construir dentro, consiste en la formación interior de la Inteligencia del hombre. Esto nos dice inmediatamente que la instrucción es sólo una parte de la educación, y que debe ser considerada como uno de los tantos medios aptos para la formación.

La educación no se reduce a la pura acumulación de conocimientos acerca de todo lo verdadero, lo bueno y lo bello, sino que tiende esencialmente a la formación de una conducta éticamente verdadera, buena y correcta. Una cosa es, pues, conocer la verdad, y otra ponerla en práctica. Y así la instrucción será educativa solamente en la medida en que contribuya eficazmente a que el educando ponga sus actos concretos de acuerdo con la verdad, la bondad y la belleza que conoce.

La metodología de cualquier ciencia o disciplina corresponde, o debería corresponder, a sus finalidades teóricas y prácticas. Es por esto que, en la educación, se hace hincapié

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

en el hecho de que la metodología de la pedagogía (la educación de los niños y adolescentes) debería ser diferente de la que es propia de la andragogía (la educación de adultos). Esta noción se deriva esencialmente de las diferencias que se perciben en el grado de madurez del educando niño y del educando adulto. En breve, el primero se halla en el proceso de madurez, mientras que el segundo es ya maduro. Dado esto, junto con la naturaleza de los objetivos que se persiguen, la metodología en la educación de adultos ha llegado a caracterizarse por una adhesión a tres principios fundamentales:

- a) Que se tome en consideración el estado biológico, psicológico y socialmente maduro del adulto cuando se planifique su experiencia educativa. Ello implica el pleno reconocimiento de la capacidad ya estructurada del educando para utilizar su potencial en función de su propio desarrollo, así como para determinar sus necesidades educativas individuales.
- b) Mientras que al niño, cuyos intereses son todavía transitorios y están mal definidos, se le debe motivar activamente a fin de que persiga objetivos educativos que se han establecido para él, los intereses del adulto son claros y se relacionan específicamente con sus necesidades reales, inmediatas y prácticas. Por consiguiente, este último no necesita de ningún apoyo motivador artificial que le convenza del valor de adquirir nuevos conocimientos, o de modificar aquellos que ya posee, con respeto al objetivo educativo que él se ha fijado, de hecho, para sí mismo al asistir al programa. Esto significa que la metodología, más que tratar de provocarlo, debería interesarse en sostener o mantener el interés del educando.
- c) En el caso de la educación de niños, las experiencias de aprendizaje, al igual que los objetivos educativos, deben ser creados para él a fin de que pueda adquirir aquellas destrezas que necesitará en su vida adulta. El educando adulto, sin embargo, ha adquirido ya una multitud de experiencias en la vida real, así como un amplio repertorio de habilidades prácticas. Estos elementos deben explotarse, puesto que, aunque a veces son fuente de dificultades, generalmente funcionan como agentes valiosos para facilitar y enriquecer el aprendizaje en el ambiente educativo del adulto.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

La naturaleza del aprendizaje y la manera en que éste tiene lugar, es uno de los tópicos que se presta a mayor controversia en la psicología, y los teóricos todavía están lejos de lograr un consenso sobre la cuestión. Al mismo tiempo, no obstante, existen algunos puntos en los que todos convienen y a los que, con frecuencia, se denomina "las leyes del aprendizaje". En el fondo, estas leyes implican que cualesquiera que sean el método y las técnicas complementarias que uno se sienta inclinado a adoptar en la educación de adultos, existen ciertas condiciones que casi siempre afectarán el aprendizaje, ya sea que el estudiante sea un adulto o un niño. Estas leyes o condiciones, en términos de su aplicación al educando adulto, podrían resumirse de la manera siguiente:

La ley del efecto: La gente tiende a aceptar fácilmente y a repetir aquellas respuestas que son agradables y satisfactorias y a evitar las que no lo son. Así pues, cuando el adulto asiste a un programa educativo con las expectativas de aprender algo nuevo y útil, y descubre que tal es efectivamente el caso y que le agrada hacerlo, es muy probable que su interés se mantenga vivo. La satisfacción y el disfrute en este están estrechamente relacionados con la técnica que se presenta al individuo en cuestión y con la facilidad con que el educando es capaz de dominarla.

La ley de la primacia: Las primeras impresiones tienden a perdurar. Ello significa que al principio de cualquier programa de educación de adultos, el educando debería adquirir conciencia de la relevancia del tema o materia y de la importancia de sus propias opiniones y experiencias personales en la conformación de la naturaleza y contenido del programa. También debería ser capaz de reconocer que, si bien abierto y democráticamente, el programa es ordenado y contiene metas y objetivos claramente definidos y determinados. El caos no es conducente al aprendizaje.

La ley del ejercicio: Cuanto más frecuentemente se repita una actividad, tanto más rápidamente se establece como costumbre. Por ende, si el objetivo es fomentar nuevas y adecuadas formas de comportamiento, o bien modificar las antiguas e inapropiadas,

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

lo que el adulto aprende deberá poder ponerse en práctica inmediatamente y, lo que es más importante, deberá incitársele y dársele la oportunidad de llevarlo a la práctica.

La ley del desuso: Esta ley es una extensión de la anterior y, simplemente, implica que las aptitudes (físicas e intelectuales) que no se utilizan se pierden u olvidan en gran medida. Debe, por consiguiente, reconocerse el valor de la repetición para reforzar los conocimientos recién adquiridos. Al mismo tiempo, no obstante, deberá tenerse cuidado de que la repetición no se vuelva repetitiva. Por ejemplo, decir lo mismo una y otra vez sin ninguna modificación, en una situación dada, es ser repetitivo. Por otro lado, decir lo mismo de manera distinta, bajo una variedad de circunstancias, es una manera de repetirlo. La primera forma, la repetitiva, contribuye muy poco al aprendizaje puesto que involucra primordialmente la memorización mecánica y puede conducir al tedio. La segunda, la repetición, si exige sin embargo que se hagan juicios, análisis, simulación activa y la reflexión crítica.

La ley de la intensidad: Una experiencia de aprendizaje vivida, inesperada y emocionante tiene más probabilidades de ejercer un impacto favorable en el educando que una aburrida. Como resultado, hay toda una serie de técnicas que deberían aplicarse en las situaciones de aprendizaje de adultos, mientras que los enfoques unidimensionales durante largos períodos de tiempo deberían evitarse en la medida de lo posible.

Ahora ya concluido lo que es adulto y la educación de adultos se relacionará a el adulto con la clase social, para un mejor acercamiento con la clase media.

1.7 CLASE SOCIAL

La clase social está determinada por una combinación de factores culturales y económicos. Podríamos decir que las clases sociales son grandes conjuntos de personas, conjuntos que se distinguen por los rasgos específicos de su cultura y de su situación económica.



COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Esta clasificación corresponde a la que en la actualidad está generalmente aceptada, según la cual toda la sociedad se divide en: clase alta, clase media y clase baja. Si nos imaginamos a cada una de estas clases representada por un círculo, colocado uno sobre otro, cortándose en una pequeña sección de su respectiva superficie, o en otras palabras, si representamos a las tres clases sociales por tres círculos secantes, nos daremos idea bastante aproximada de lo que son en la realidad de la vida las clases sociales. Cada círculo tiene un contenido cultural y económico que le es propio, diferente del contenido cultural y económico de los otros dos, esos contenidos los constituyen relaciones económicas y un acervo de ideas, prejuicios, costumbres, necesidades, sentimientos, conocimientos, formas de conducta, etc., que pueden señalarse con cierta precisión en una sociedad dada y en un momento dado, de tal modo que ofrecen indudable permanencia, cuando menos en sus lineamientos fundamentales.

Hay una cultura de la clase alta, otra de la clase media y una más de la clase proletaria, dentro de toda sociedad civilizada como aspectos o fases de su cultura general y que pueden formarse, con las características esenciales de esas culturas, unidades o círculos perfectamente definidos y permanentes a pesar de los cambios incesantes que se operan en las personas que las viven; pero la clase social no está constituida ni por los individuos considerados en sí mismos; ni por los contenidos culturales de cada círculo, sino por la conjunción de ambos elementos en una síntesis viva y siempre actual.

Así se pone de manifiesto que aun cuando el factor económico tiene una gran importancia para la determinación de la clase social, en realidad el factor decisivo es el de la cultura, puesto que sólo es posible el paso de los individuos de uno a otro círculo mediante la adaptación cultural.

La orientación del pensamiento moderno respecto de la clase social es en el sentido de considerarla como un complejo económico, de cultura, de educación y de género o estilo de vida.

Así el Dr. Fernández Sánchez Puerta, dice que la esencia de la clase social, es un "agregado social de familias y de individuos, que se encuentran en condiciones idénticas o semejantes de educación y de riqueza, de mentalidad y de cultura, de

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

costumbre y de género de vida, en el seno de una comunidad nacional; teniendo, por consiguiente, cierta afinidad de intereses y de aspiraciones."

No puede aceptarse tampoco, sin introducir desviaciones y confusiones en el concepto, que las clases sociales tengan "cierta afinidad de intereses y aspiraciones" que sirvan para distinguirlas, porque ello supondría una cierta organización que no existe en las clases sociales como tales, aun cuando sí en los grupos económicos o de otra índole que se forman dentro de ellas; pero la distinción capital entre clase y grupo estriba en que quienes integran este último lo hacen conscientemente, por propia voluntad, en tanto que a la clase social se pertenece involuntariamente y tratándose de la clase baja, contra la voluntad y los deseos de sus integrantes. Se nace en la clase social, en tanto que al grupo se ingresa.

Concibe, con razón, la clase social como un grupo casi organizado en el que los miembros se hallan unidos por lazos económicos y culturales idénticos. En tanto que tales, tienen un nivel de vida semejante, costumbres y maneras semejantes, una mentalidad común.

La clase media como las otras clases se halla integrada por diferentes sectores, cada uno de los cuales ofrece rasgos peculiares; pero esos sectores tienen ciertos aspectos comunes que dan un sello especial al conjunto.

Señalar con precisión los rasgos distintivos de la clase media, entraña dificultades, al parecer, insuperables, precisamente porque es media, es decir, por su identificación entre dos términos de cada uno de los cuales recibe cierta influencia que se concreta en una síntesis de contornos inasible.

Pueden señalarse como caracteres específicos de la clase media los siguientes:

- a) Limita las formas de vida de la clase alta que parece ser, en este aspecto puramente formal, su ideal constante: vestidos, muebles, habitaciones, espectáculos, etc. La diferencia única está, siempre considerando a la clase media en su gran masa, en la calidad de las cosas, en la plenitud de las satisfacciones.
- b) Concede gran importancia a la cultura, a la ciencia, a la técnica, a las profesiones como medios para conseguir bienestar económico y satisfacción moral.
- c) Tiene un alto sentido ético y religioso.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

d) Sus ambiciones se limitan a obtener el bienestar y la satisfacción moral principalmente por medio del trabajo. No se preocupa de acumular riqueza.

e) Se debate, siempre, en una contradicción ideológica: es conservadora en virtud de que sufre notable desviación de criterio ante el derecho de propiedad privada. La ama y respeta porque la ha adquirido mediante improbables esfuerzos y privaciones o tiene la esperanza de adquirirla y siente el natural temor e indignación ante la sola idea de ser desposeída de lo que considera, con razón, el producto de su trabajo. La justificación de su derecho, sobre la pequeña propiedad que posee, la lleva a justificar todo derecho de propiedad sin fijarse en que las enormes propiedades de la clase alta no tienen el mismo fundamento.

A esta especial circunstancia psicológica se debe que la clase media sea considerada como factor de moderación, de equilibrio, en la lucha social. La clase alta debe mucho a la clase media, pues sin ella, pronto sería destruida por el proletariado sindical.

f) Exhibe una arraigada tendencia a cubrir las apariencias, a guardar las formas sociales aun a costa de los más grandes sacrificios.

g) Se opone a mezclarse, por medio de matrimonios, con la clase baja.

h) Vida de relación social casi exclusivamente entre personas de su misma clase.

i) Tiene una base económica, un cierto bienestar material mínimo, derivado de la renta de pequeñas propiedades, de reducidos capitales, o del trabajo personal o de ambos elementos. Este bienestar se acerca a la comodidad desahogada, al cierto lujo en algunos sectores de la clase media; pero sin llegar al lujo desorbitado y ostentoso de la clase alta.

j) Se ocupa como lo hace notar M. Halbwachs, de trabajos técnicos generalmente. Está integrada, en los países civilizados, por la burocracia, los pequeños rentistas, los pequeños industriales y artesanos, los pequeños propietarios rústicos y urbanos, los profesionistas, los empleados de empresas privadas. En todos estos casos la clase media realiza labores intelectuales y materiales que requieren cierta cultura y la mayoría de las veces, conocimientos científicos y técnicos, facultades de dirección y decisión, de organización y ejecución.

1.7.1 INFLUENCIA SOCIAL DE LAS CLASES SOCIALES

Las clases sociales viven en constantes relaciones; esas relaciones son:

- a).- De convivencia.
- b).- De contacto.
- c).- De tratamiento.

Las relaciones de convivencia se derivan del simple hecho de que las clases sociales forman parte de un todo que es la sociedad y por lo mismo, coexisten; sus miembros se entremezclan diariamente en diversos lugares y en distintas formas sin ponerse en contacto, sin llegar a tratarse. Ello no obstante, esta relación de convivencia tiene gran importancia según veremos más adelante.

La relación de contacto es más concreta. Los contactos son relaciones superficiales entre individuos de diferentes clases. Son diarios e infinitos: en la peluquería, en el restaurante, en la cantina, en las actividades profesionales, comerciales, industriales, etc., Su importancia sociológica consiste en que pueden llevar a una tercera forma de relación: el trato, la conexión entre individuos de diversa categoría social que favorece el paso de una clase inferior a otra superior.

La tercera forma de relación a que nos acabamos de referir o sea el tratamiento, es un contacto frecuente entre las personas, en situación de aparente igualdad, que establece entre ellas ciertas obligaciones íntimas de carácter moral.

Estas tres clases de relaciones que parten de la primera – la convivencia – inevitable, ejercen ciertos influjos sobre los individuos y sobre la sociedad que es necesario analizar.

La convivencia, en nuestro concepto, reviste gran importancia. El sólo hecho de convivir es ya una relación caracterizada por las múltiples influencias mutuas que se realizan sin necesidad siquiera de que las gentes se hablen o se comuniquen sus pensamientos y sentimientos deliberadamente.

La presencia de otras personas en un lugar público es bastante para obligarnos a acudir a él cuidado y la corrección de nuestra apariencia personal y de nuestras maneras. La influencia de las grandes masas reunidas en determinados lugares sobre

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

los individuos particularmente considerados, en la propagación de la risa, del llanto, de la indignación o del entusiasmo, es algo que no puede ponerse en duda.

La convivencia de las clases sociales favorece también, el gran fenómeno de la imitación entre ellas.

Del propio modo la convivencia de las clases sociales determina una función específica de cada una.

TESIS CON
MATERIA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

CAPITULO II. COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Este apartado buscará definir la comunicación; una vez mencionados los términos de educación, pedagogía, aprendizaje, adultez, clase social para engranar estos temas con la comunicación.

2.1 CONCEPTUALIZACION DEL PROCESO DE LA COMUNICACION

"Podemos constatar todos los días un fenómeno en el cual participamos, que resulta evidente: nos comunicamos. Pero no por ser evidente conocemos mejor el fenómeno de la comunicación. Todavía dudamos cuando alguien nos pregunta ¿qué es comunicación? Y es que la comunicación no es una cosa, un objeto con límites precisos y palpables; al contrario, es un proceso dinámico, consustancial a una realidad que no se divide, no se fragmenta, sino que existe como un continuo sin fronteras o límites, a no ser los que nosotros establecemos convencionalmente".(Ramos, 1993:33).

Se ha recurrido a la anterior reflexión sobre comunicación porque plantea con claridad las premisas básicas a partir de las cuales se puede llegar a conceptualizar el proceso de la comunicación.

En efecto, como explica Fausto Ramos, el campo de la realidad al que puede hacer referencia el concepto de comunicación es tan amplio que es necesario establecer un límite, es decir, abordar únicamente la comunicación social, la que se da entre seres humanos. En esta consideración, entonces, quedan fuera los fenómenos del mundo natural que pueden ser entendidos como procesos de comunicación. Interesan los procesos en los cuales entra como elemento fundamental el mensaje estructurado por el lenguaje humano (verbal y no verbal); pero procesos que, además, no se dan aislados, sino que son producto de una formación social.

Sin embargo, antes de analizar estos vínculos, habrá que recurrir a explicaciones generales sobre las características del proceso de la comunicación.

En este sentido, se ha tratado de definir la comunicación desde lo que podría considerarse como meras apreciaciones intuitivas y descriptivas que la ven como el establecimiento de una "comunidad" con alguien, hasta otros planteamientos de la

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

teoría funcionalista norteamericana, que la conciben como un flujo de información de mensajes entre emisor y un receptor, concepción esquematizada por Harold Lasswell en su célebre "paradigma de los efectos" (quién dice, qué, en qué canal, a quién y con qué efectos).

En el modelo planteado por Lasswell, en 1948, se hace énfasis en el "quién" y "a quién", como dos campos de estudios que se denominaron análisis de control (quién) y análisis de auditorio (a quién).

Para describir esta relación, posteriormente se introdujeron otros conceptos que se analizaron en diversas combinaciones:

- Estimulo - respuesta.
- Emisor – receptor.
- Codificador – decodificador.
- Fuente- destino.
- Actor – auditorio.
- Comunicador – comunicado.
- Retroalimentación.

Con esta perspectiva se llegó a proponer como modelo básico de la comunicación el integrado por los siguientes elementos: fuente, codificador, mensaje, canal, decodificador, receptor, efecto, retroalimentación.

Sin embargo, resultó tan limitado para explicar un proceso de comunicación social, como el primer modelo matemático de la teoría de la información de Shannon y Wiener. Este esquema, y todos los que derivaron de él, fueron objeto de severas críticas porque implican un reduccionismo entre el emisor, el transmisor y el receptor, y abstraen la comunicación del contexto social reduciéndola a un proceso puramente mecánico y subjetivo.

2.1.1 TIPOS DE PROCESOS DE COMUNICACION

Si se parte del supuesto del que todo fenómeno social es un proceso, la comunicación, como fenómeno inherente a la sociedad, debe entenderse como tal, o más

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

precisamente como procesos. Porque no existe uno solo sino muchos procesos de comunicación que están presentes en la realidad, interactuando dinámicamente dentro de la formación social, que les imprime características específicas. Pero antes de explicar la naturaleza de éstos, conviene hacer la observación de que en todo proceso de comunicación, de cualquier tipo que sea, se pueden reconocer los siguientes elementos fundamentales, que propone (Prieto, 1985: 42).

- Emisor
- Código
- Mensaje
- Medios y recursos
- Referente
- Marco de referencia
- Perceptor
- Formación social

De la forma en que establece la relación entre estos elementos, de la manera en que se desarrollan los procesos y el número de personas involucradas en ello, dependen, primero, la diferencia entre un tipo de proceso y otro y después, lo que pueda conceptuarse como comunicación.

Por ello, una primera clasificación de los diversos procesos que se puede hacer es la que atiende a la relación entre los dos polos esenciales de la comunicación (emisor – perceptor). Al respecto Daniel Prieto distingue tres tipos: interpersonal, intermedia y colectiva, las cuales son explicadas de la siguiente manera:

La comunicación interpersonal es aquella en que los participantes (emisor – perceptor) se relacionan cara a cara, en un diálogo en el que tienen la posibilidad de convertirse alternativamente en emisores y perceptores. El intercambio de mensajes, por lo tanto, es más completo, ya que a la palabra se suman gestos, miradas, entonación de la voz e incluso silencios. Todos estos elementos contribuyen a conformar una atmósfera de mayor intensidad.

La comunicación intermedia caracteriza la relación que se da en el seno de grupos cuyos miembros comparten una cierta finalidad. En ella, los integrantes pueden entrar

TESIS CON
LÍNEA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

en relación interpersonal cuando lo consideren necesario. Son condiciones para que se dé esta comunicación: la proximidad espacial, la similitud de tareas e intereses, la circulación de mensajes que resultan importantes para la mayoría de los miembros del grupo.

El ámbito en que circulan los mensajes es más o menos limitado a la esfera de acción de los grupos, los mensajes se transmiten por lo general a través de medios o publicaciones destinados a los miembros de la propia comunidad (revistas, circulares, boletines, periódicos murales, televisión en circuito cerrado, medios audiovisuales electromecánicos, etc.). No hay la pretensión de que estos mensajes trasciendan a grupos ajenos de toda una población.

Ejemplos de procesos de comunicación intermedia son los que se dan en comunidades con una cierta cantidad de habitantes u organismos como escuelas, sindicatos, etc.

La comunicación colectiva es la que corresponde a la transmisión de mensajes a través de los medios proyectados a la colectividad.

La emisión unidireccional de mensajes, por las concretas condiciones técnicas, hace imposible la respuesta del perceptor al emisor. Prieto afirma que las secciones de los periódicos denominadas "carta al director", o las llamadas telefónicas que algunas perceptores de radio o televisión hacen a las radiodifusoras o canales de televisión, no tienen ningún significado desde el punto de vista cuantitativo, dado que no hay proporción significativa; que entre centenares de miles de personas sólo diez o veinte puedan establecer una relación con el emisor no cambia la característica unidireccional del mensaje. La relación entre los polos: emisor y perceptores, es desproporcionada, aun cuando el emisor esté constituido por un grupo numeroso (en el caso de la radio, la televisión y periódicos).

En estos tres procesos de comunicación social no se puede establecer siempre un límite tajante, porque a veces éste no está definido, sobre todo en la comunicación intermedia y en la interpersonal, donde un proceso involucra a otro.

Por otro lado, estos tres tipos de procesos, por lo general, interactúan siempre. De hecho, en esta época los perceptores están recibiendo mensajes permanentemente a través de medios colectivos, pero a la vez mensajes provenientes de procesos

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

intermedios e invariablemente están actuando en procesos de comunicación interpersonal.

Hoy en día se observa una difuminación progresiva de las fronteras entre las distintas formas de comunicación. Se han establecido entre ellas múltiples enlaces y relaciones, y al mismo tiempo apuntan a un público muy diversificado, incluso cuando los medios de comunicación social modernos han llegado a las regiones aisladas, las formas antiguas conservan su validez, los medios de comunicación tradicional han observado una posición esencial en las regiones rurales, pero estos medios no han desaparecido de las grandes ciudades.

Intencionalidad, autoritarismo y participación:

Hay procesos de comunicación publicitaria, educativa, estética, política, literaria y científica. En un proceso publicitario, la finalidad es que el perceptor se convierta en un consumidor del producto promocionado. En un proceso educativo buscamos algo distinto: sea la capacitación en un campo del saber: la alfabetización.

En este primer planteamiento, donde Prieto no conceptúa la educación, se separa el proceso educativo de los demás, a partir de una aparente diferencia en la intencionalidad del emisor.

Con esa sola explicación no podría asegurarse que los propósitos del emisor en esos procesos no tienen un objetivo común, porque el fin de la capacitación en un área del saber, por ejemplo el adiestramiento de técnicos a nivel medio, puede ser el mismo que el de un proceso propagandístico, en tanto ambos tienden a la reproducción de un modelo económico.

Esta clasificación pierde de vista que el carácter educativo está en todos esos procesos (publicitarios, estéticos, políticos, literarios, científicos), pues son parte del mecanismo de educación informal con que el sistema forma, de manera directa o indirecta y en mayor o menor grado, la conciencia real del individuo.

Sin embargo en un estudio posterior, aun cuando conserva la misma división de los procesos de comunicación, el autor especifica que la diferencia entre cada uno de ellos consiste en la relación que establecen el emisor y el perceptor, la relación que determina el tipo de mensaje, de medio y de resultados.

Este mismo autor hace una distinción entre relación autoritaria y relación participativa. La primera implica el monopolio en la elaboración de los mensajes y en el uso de los medios, por parte de los emisores, y pretende que el perceptor responda afirmativamente al mensaje recibido.

En esta división está implícito que la relación autoritaria forma la conciencia real y, la participativa forma la conciencia posible.

2.1.2 TEORIAS DE COMUNICACION

En el proceso de comunicación siempre se requieren por lo menos tres elementos: la fuente, el mensaje y el destino. La fuente puede ser un individuo o una organización de comunicación. El mensaje puede presentarse como la tinta impresa en el papel, las ondas de sonido en el aire en forma de impulsos electromagnéticos, etc. "Los mensajes se componen de signos, que es una señal que representa algo para nuestra experiencia. El destino puede ser un individuo que escucha, ve o lee, o el miembro de un grupo, o un individuo perteneciente a un grupo en particular que es denominado público masivo." (*Fernández, 1970:143*).

Para iniciar el proceso de comunicación, la fuente codifica el mensaje. Esto es, toma la información o sentimiento que desea compartir y la dispone de tal forma que pueda ser transmitida. Las ideas o imágenes no pueden transmitirse hasta que no son codificadas; cuando ya lo están, se pueden transmitir fácil y eficazmente. Una vez codificado y enviado el mensaje se vuelve independiente del emisor, y cualquier cosa que haga el mensaje está más allá del poder del emisor para cambiarlo.

Para completar en acto de la comunicación se tiene que decodificar el mensaje. En términos de la comunicación humana, si la fuente no tiene una información clara o adecuada, si el mensaje no está completo y correctamente codificado, y en signos transmisibles, si los mismos no se transmiten en forma adecuada y con suficiente rapidez pese a las interferencias y a la competencia hacia el receptor deseado, si el mensaje no es decodificado de acuerdo con un patrón que corresponda a la decodificación y, finalmente, si el destinatario no es capaz de manejar el mensaje

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

descifrado de tal forma que se produzca la respuesta deseada, entonces, no habrá una comunicación eficiente.

Ya que la información es decodificada por el receptor según vivencias pasadas y su propia experiencia, la retroalimentación es la única manera de comprobar que la transmisión de información fue asimilada correctamente o con la intención con la que fue transmitida. Con esto la fuente asegura estar en el mismo canal que el receptor y verificar la eficacia en la transmisión de información, la retroalimentación demuestra que la comunicación es correcta; aunque cuando se trata de una institución comunicativa, la retroalimentación es poca.

Para que la comunicación sea exitosa, debe cumplir las siguientes condiciones:

1. El mensaje se debe diseñar y transmitir de tal forma que se logre la atención del destinatario escogido.
2. En el mensaje se deben emplear signos que hagan referencia a experiencias comunes de la fuente y el destinatario, de tal forma que se logre transmitir el significado.
3. El mensaje debe evocar necesidades de personalidad en el destinatario y, a la vez, sugerir algunas formas de satisfacer esas necesidades.
4. El mensaje debe sugerir una manera de satisfacer esas necesidades, de tal forma que ésta sea apropiada a la situación del grupo en la que se encuentra el destinatario, cuando se le incita a dar la respuesta deseada.
5. Hay que evitar la disonancia cognoscitiva.

Según Harold Lasswell existe una triada de funciones para lo que puede servir la comunicación: vigilancia del medio ambiente, correlación de las partes de la sociedad en respuesta al medio ambiente y transmisión de la herencia social de una generación a otra.

2.1.2.1 TEORIA CONVERGENTE DE COMUNICACION

El modelo convergente de comunicación, fue creado para superar muchos prejuicios que se volvieron evidentes en los modelos transmisores, lineales, tradicionales de comunicación. En este paradigma hay dos clases de elementos:

TESIS CON
FUENTE DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

El propósito de esta teoría es el de desarrollar un sistema conceptual para integrar los niveles de análisis de los niveles interpersonales de comunicación.

Se puede decir que los enunciados básicos de la teoría convergente de comunicación son:

1. En un sistema social cerrado en el que la comunicación no es restringida entre sus miembros, el sistema como un todo tenderá a converger en el tiempo hacia un patrón colectivo de pensamiento de mayor negaentropía, aumentando así la convergencia.
2. En un sistema social cerrado sin comunicación entre sus miembros el sistema como un todo tratará de divergir a través del tiempo hacia un patrón colectivo de pensamiento de mayor entropía, disminuyendo así la convergencia.

2.1.2.2 TEORIA DE USOS Y GRATIFICACIONES

Elihu Katz, Jay G. Burner y Michael Gurevitch toman como punto de partida al consumidor de los medios más que los mensajes de éstos, y explorar su conducta de los medios más que los mensajes de éstos, y explorar su conducta comunicativa en función de su experiencia directa con los medios. Contempla a los miembros del público como usuarios activos del contenido de los medios, más que como pasivamente influidos por ellos. Por tanto, postula que los miembros del público hacen uso de los mensajes y que esta utilización actúa como variable que interviene en el proceso del efecto. Es la búsqueda continua de las formas en que los seres humanos crean y gratifican las necesidades. La exposición ante los medios constituye un conjunto de alternativas funcionales para la satisfacción de las necesidades.

Postula que las gratificaciones pueden ser derivadas no sólo del contenido de los medios, sino del propio acto de la exposición ante un medio dado, así como el contexto social en el que el medio es consumido. Esto facilita de la relación con su público, y no en términos tecnológicos, estéticos, ideológicos u otros mas o menos minoritarios. Al examinar los orígenes sociales y las diferentes experiencias vitales de los consumidores, vincula la comunicación de masas con los papeles sociales y las

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

actitudes psicológicas y, a través de ello y en última instancia, con otras instituciones sociales.

No hay que olvidar que se concibe al público como activo, que corresponde a sus miembros buena parte de la iniciativa de vincular la gratificación de la necesidad y la elección de los medios, que los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades, que los objetivos del uso de los medios masivos pueden derivarse de datos aportados por los mismos integrantes individuales del público, que los juicios de valor sobre la significación cultural de la comunicación masiva deben quedar en suspenso mientras se exploran en sus propios términos las orientaciones del público. Desde la perspectiva de este supuesto pueden ser reconsideradas ciertas afinidades y ciertos contrastes entre el enfoque de usos y gratificaciones y abundantes textos especulativos sobre la cultura popular.

Para llevar acabo esta teoría:

- a) Se debe insistir en montar estudios directos sobre las atracciones del público, independientemente del análisis de los contenidos, o en confluencia respecto al mismo.
- b) Examinar los orígenes de las necesidades del público en las disposiciones psicológicas y en los papeles sociales, más que en los rasgos de la organización o contenido de los medios masivos.
- c) Sospechar que una plena comprensión de lo que hay detrás de la conducta del público neutralizará, al menos parcialmente, la crítica que típicamente se le formule desde grupos elitistas.

La motivación básica para el uso de los medios tal vez sea tan sólo una necesidad no articulada de contacto social. Cuando se desarrollan estudios sobre usos y gratificaciones, los medios o el contenido de los medios son vistos habitualmente con dicotomía, como predominantemente fantasioso y escapista, o como informativos y educativos en su significación. Los medios servían funciones de vigilancia del entorno, de correlación, de entretenimiento y de transmisión cultural para la sociedad en su conjunto, así como para los individuos y los subgrupos dentro de la sociedad.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Categorías del mensaje: diversión, relaciones personales, identidad personal y la vigilancia del entorno.

Las gratificaciones del público pueden derivarse de tres fuentes distintas como mínimo: el contenido de los medios, la exposición ante ellos y el contexto social que tipifica la situación de exposición ante medios diferentes.

Los orígenes sociales de las necesidades del público y sus gratificaciones:

1. La situación social produce tensiones y conflictos, que llevan a presionar su alivio mediante el consumo de medios masivos.
2. La situación social crea una conciencia de problemas que exigen atención, y es posible buscar una información sobre ellos en los medios.
3. La situación social ofrece oportunidades empobrecidas dentro de la vida real para satisfacer ciertas necesidades, las cuales se orientan entonces hacia los medios masivos para un servicio complementario, suplementario o substitutivo.
4. La situación social hace surgir ciertos valores, cuya afirmación y refuerzo con facilidades por el consumo de materiales adecuados en los medios.
5. La situación social aporta un campo de expectativas entre los contactos sociales del individuo, acompañados de familiaridad con ciertos materiales de los medios, los que deben entonces examinarse a fin de mantener la integración con grupos sociales bien considerados.

La sutileza y la complejidad del cuadro resultante es lo que destaca la inadecuación de la mayor parte de las medidas convencionales del público, que son realizadas por los departamentos de investigación de las estaciones de radiodifusión.

Un segundo grupo de temas surge de la posible existencia de discrepancias entre las intenciones del productor y las expectativas del público.

Siempre hay que tener en cuenta:

- a) la relativa conciencia de las necesidades,
- b) la relativa importancia de diferentes necesidades en distintas circunstancias y en diferentes momentos,

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

- c) las relativas oportunidades de satisfacer necesidades con recursos ajenos a los medios.
- d) la relativa vinculación de necesidad – satisfacción en fuentes de los medios,
- e) valoraciones de las capacidades de los diferentes medios, o distintos contenidos, para atender a las necesidades, y las relativas cantidades de tiempo invertidas en los medios.

2.2 EL PROCESO DE LA COMUNICACION

Un proceso de comunicación supone el establecimiento de una relación entre dos "polos" (emisor y receptor), que evocan en común unidades culturales (significados) a través del intercambio de eventos físicos (señales), convencionalmente habilitados para representar entidades mentales (conceptos). Estas asociaciones entre eventos físicos y entidades mentales, llamados signos, constituyen el contenido de la comunicación (mensaje) y están reguladas convencionalmente por códigos o sistemas de significación. Un código es una construcción cultural abstracta que permite la comunicación entre los individuos que la comparten al prescribir las reglas de asociación entre señales y significados.

Lo esencial en un proceso de comunicación es la evocación en común de significados entre emisor y receptor. Para que esa evocación o "producción de sentido" sea paralela, ambos polos de la relación deben recurrir al mismo código en una forma común: deben compartir un conocimiento de las reglas para codificar y decodificar sus mensajes de manera que el significado no se pierda o se cambie en la transmisión. Compartir un código, y usarlo adecuadamente, son condiciones indispensables para establecer una relación comunicativa.

Sin embargo, la recurrencia común al código (aspecto significativo de la comunicación) depende especialmente de la transmisión y captación adecuadas de las señales físicas. Emisor y receptor se vinculan físicamente al comunicarse a través del intercambio de señales en un plano material o energético. Si las señales enviadas por el emisor no llegan al receptor, no puede darse la comunicación. Y esto implica la existencia de un canal, conducto transmisor de señales, accesibles a los dos polos.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Entonces, un proceso de comunicación está constituida por dos tipos complementarios de relación: uno a nivel físico entre emisor y receptor a través de un canal apto para transportar señales de uno a otro; y un proceso cognoscitivo para interpretar en ambos polos la significación son, pues, los dos aspectos esenciales de todo proceso de comunicación. Umberto Eco define al respecto:

"Un proceso de comunicación se verifica sólo cuando existe un código. Un código es un sistema de significación que reúne entidades presentes y entidades ausentes. Siempre que una cosa materialmente presente a la percepción del destinatario represente otra cosa a partir de reglas subyacentes, hay significación.

...cualquier proceso de comunicación entre seres humanos... presupone un sistema de significación como condición propia necesaria".(Eco, 1987:254).

La comunicación puede entonces definirse como "un proceso que relaciona a dos o más sujetos, permitiendo la evocación en común de significados, de acuerdo a reglas convencionales".(Fuentes, 1980:155).

Los elementos básicos del proceso de comunicación así representado, pueden definirse de la siguiente manera:

Se en tiende por emisor el "polo" del cual parte la iniciativa del acto comunicativo, con base en su capacidad de producir algún tipo de modificación material o energética en el entorno (señal), perceptible por un ser humano que interprete tal evento como significativo (mensaje).

Por su parte, el receptor será el "polo" complementario al emisor en el proceso, en el momento en que actúa como destinatario del mensaje. Es el sujeto de la significación, condición esencial de la comunicación.

Tanto el polo emisor como el polo receptor actúan como tales en el proceso de la comunicación al desempeñar un trabajo productivo en el ámbito de la significación, esto es, al seleccionar, emitir, confrontar o Interpretar señales. Por tanto, las respectivas posiciones de emisor y receptor en el modelo son "estadísticas", es decir, dependen del estado predominante del proceso en el momento de analizarlo. Por ello, el modelo ha de considerarse como una estructura de relación recíproca y reversible, en la cual, según la dinámica de la relación, el receptor puede teóricamente convertirse en emisor en un momento dado, invirtiendo la "polaridad" del sistema.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

El mensaje es el contenido de la comunicación, producto de un proceso de selección entre el repertorio disponible de unidades culturales y sus combinaciones, que el emisor estructura y el receptor reconstruye mediante la recurrencia idealmente paralela a los códigos. En este sentido estricto, dada su naturaleza inmaterial, el mensaje no es transmisible, sino evocable a partir de las señales transmisibles y los procesos de significación que permiten a las señales funcionar como signos, regulados por un código, a partir del cual el emisor y receptor les otorgan sentido.

Un código es un sistema de significación que permite generar mensajes a quienes lo comparten. Es una regla o conjunto de reglas que asocian elementos de un sistema sintáctico (señales distinguibles entre sí de acuerdo con leyes combinatorias internas), y elementos de un sistema semántico (unidades culturales que se refieren a estados de la realidad, posibles contenidos de la comunicación). Esta asociación es convencional, por lo que los individuos deben aprender la estructura de los códigos para poder generar mensajes significativos y comunicables.

Un mensaje puede referirse a diversos códigos simultáneamente, convirtiéndose en un texto, cuyo contenido es un discurso, por lo cual deberá interpretarse en sus diversos "niveles de significación" para poder ser comunicado cabalmente tanto a nivel denotativo (significados reconocidos culturalmente como asociados a una señal significante) como a nivel connotativo (significados " parasitariamente " transmitidos por la denotación precedente, no necesariamente reconocidos como predicados del sujeto del mensaje, y portadores de la carga ideológica y el sentido del mensaje).

Una señal es cualquier evento físico que reúna tres condiciones: ser competente de un sistema sintáctico (susceptible de ser distinguido como unidad de acuerdo con las reglas convencionales); ser capaz de transmitir a través de un canal idóneo; y poder ser asociado con uno o varios significados.

Un codificador es el mecanismo, persona o instancia, o el conjunto de ellas, de que se vale el emisor para estructurar su mensaje de acuerdo con uno o varios códigos. Es el componente del proceso en el cual se realiza la "transformación" de un mensaje en señales capaces de ser transmitidas por un canal (plano de expresión) mediante la referencia a un código que asocie tales señales con sus significados (plano del contenido).

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Un codificador, a su vez, es el mecanismo, persona o instancia, o el conjunto de ellas, que realiza la función contraria al decodificador: recibir las señales transmitidas por el canal, confrontarlas con el o los códigos apropiados, reunir los planos de la expresión y del contenido, y entregar el mensaje al receptor.

El canal es un sistema de transmisión, es decir, cualquier conducto capaz de transmitir señales entre un polo emisor y un polo receptor en un proceso de comunicación, vinculándolos físicamente.

Un medio es un sistema de comunicación, esto es, el conjunto de mecanismos, instancias y procedimientos que hacen posible la comunicación; incluyendo uno o varios canales de transmisión, códigos específicos para producir mensajes comunicables a través de él, y las formas y procesos por los cuales dichos mensajes son codificados y decodificados.

La interrelación sistemática de estos elementos conforma el proceso de la comunicación, que no puede considerarse mecánica o estáticamente, sino como un proceso que involucra diversas dimensiones humanas y sociales por tres características esenciales que posee: la comunicación es un proceso dinámico de interrelación; sucede en un tiempo y un espacio específicos que lo condicionan a través de circunstancias; y se da entre sujetos históricos concretos, miembros de un grupo social y partícipes de una cultura. Por ello, además de los aspectos transmisión y significación, la comunicación es una interacción que se realiza en un contexto, que por ello es afectada por un número indeterminable de variables, y que promueve en diversos niveles y grados, la transformación de quienes se comunican.

Cualquier relación comunicativa transforma a sus participantes provocando, sobre todo en el receptor, uno o varios efectos, por mínimos e imperceptibles que sean. En otras palabras, todo mensaje recibido altera en mayor o menor medida el equilibrio dinámico de la personalidad y de la inteligencia en alguno de sus aspectos. Así el contenido cognoscitivo o intelectual del mensaje debe ser asociado con los conocimientos previamente existentes en la mente del receptor; el contenido emotivo igualmente tenderá a relacionarse con los estados afectivos del receptor, en la misma forma que los aspectos axiológicos o valorables entrarán en juego con las actitudes y valores imperantes en el sujeto. Incluso a nivel fisiológico, la recepción de un mensaje podrá

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

estimular respuestas orgánicas, a nivel físico, biológico o psicomático. Y los efectos sociales de un mensaje difundido colectivamente, además de afectar a los individuos de una manera diferencial, pueden también transformar a los grupos, estratos o estructuras de la sociedad interpellados.

Dado que la manera específica en que el receptor signifique o interprete el mensaje comunicado, y las consecuentes respuestas que emita, dependen de la completa interacción de factores individuales, sociales y contextuales (circunstancias), es de fundamental importancia considerar tales factores como consideraciones del proceso de comunicación que se pretenda analizar o diseñar.

2.2.1 ELEMENTOS DEL PROCESO COMUNICATIVO

"No existe un proceso de comunicación válido para todas las situaciones" (Prieto, 1992,12), pero que sí es posible reconocer los elementos que siempre aparecen en este proceso, los cuales por lo menos serían los siguientes:

Emisor: Es aquel individuo, grupo o institución que a partir de una intencionalidad determinada, una evaluación de sí mismo y de su destinatario produce un mensaje.

Código: Es el lenguaje. Designa las reglas esenciales de una conducta o mensaje específico que deben ser conocidas por el que codifica y descodifica, si no, la idea carece de sentido.

Medios: Instrumento que sirve de vehículo del mensaje.

Recursos: Es lo que pone en funcionamiento a los medios, se les puede considerar como la materia prima de éstos, ya que los recursos anteceden a los medios.

Mensaje: Es el contenido de lo que se transmite y se recibe por cualquiera de nuestros sentidos. Está organizado por códigos que rigen la secuencia lógica del mensaje, lleva implícita una intencionalidad, es el contenido fundamental de algo.

Referente: Es el tema del mensaje.

Marco de referencia: Es el contexto inmediato a partir del cual se interpreta un determinado mensaje.

Perceptor: Es quien recibe el mensaje.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Formación social: "Permite situar un proceso de comunicación en las condiciones económicas, políticas y sociales que lo rigen, o sea, determinar cuáles de esas condiciones influyen en un proceso determinado".

Es importante señalar que si el mensaje no es construido con un código común para el que lo transmite y el que lo recibe, sucederá un fenómeno que se denomina RUIDO, que consiste en la ausencia de comunicación o bien, una mala interpretación del mensaje. Esto es, el oyente carece de los elementos mínimos necesarios para comprender lo que se dice de algo o alguien. El ruido también se produce cuando el canal por el cual es enviado un mensaje no es el adecuado, o bien, distorsiona los datos dándoles otro sentido.

Hay quienes clasifican a la comunicación en dos: en verbal y no verbal.

Como comunicación verbal se entiende a aquella que está basada en la lengua, ya sea oral o escrita y no verbal, como movimientos corporales, tono de voz, símbolos, imágenes, movimientos en el espacio, etc.

Una vez concluido el tema de comunicación, doy comienzo al tema de la radio y la relación con el aprendizaje, para podernos dar cuenta de la influencia que tiene en el adulto radioescucha.

2.3 LA RADIO Y SU RELACION CON EL APRENDIZAJE

La radio es un medio de comunicación de masas integrado por señales, signos, códigos y significados traducidos en voces, sonidos, música y efectos sonoros. Siendo todo esto el código radiofónico.

La radio como cualquier otro medio o forma de comunicación posible, es un sistema estructurante y comunicante de signos . La función del signo consiste en comunicar ideas por medio de mensajes. Esta operación implica un objeto, asunto o tema del que se habla y que se denomina referente o signo, un código, un medio de transmisión y un destinado.

Todos los procesos de comunicación que tienen origen en la radio están estrechamente fundados en una semiótica de la comunicación oral, estructurada a distancia e indirecta. El imperativo es establecer cómo, cuándo, dónde y porqué.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Todo mensaje de comunicación busca imponer conductas al radioescucha por medio de la relación del emisor, con el receptor a través del mensaje.

Función referencial o denotativa: está orientada al contexto, es la base de toda comunicación. Establece y define las relaciones directas entre el mensaje y el objeto al que hace referencia. El problema reside en formular, información directa, verdadera y objetiva, observable, verificable y que no exija mayor explicación.

Función emotiva: es de carácter expresivo, porque define las relaciones entre el mensaje y el emisor.

Función conativa: tiene que ver con todo lo que recibe el destinatario como información y que, a su juicio, le va a dar una interpretación.

Función poética o estética: es la relación del mensaje consigo mismo.

Función fática: tiene el propósito de afirmar, mantener, prolongar o detener la comunicación.

Función metalingüística: está centrada en el código y tiene por objeto definir el sentido de los signos que por alguna razón, pueden no ser comprendidos por el receptor. (*Watzlawick, Helmich y Jackson, 1991:24*).

La conducta está determinada por la experiencia previa. Interesa el efecto de una comunicación sobre el receptor y el efecto que la reacción del receptor tiene sobre el emisor. Toda comunicación implica un compromiso y, por ende, define la relación. Esta es otra manera de decir que una comunicación no sólo transmite información sino que, al mismo tiempo, impone conductas. Estas dos operaciones se conocen como los aspectos referenciales y conativos. El aspecto referencial, de un mensaje transmite información y en la comunicación humana es sinónimo del contenido del mensaje. El aspecto conativo se refiere a qué tipo de mensaje debe entenderse que es, y en última instancia, a la relación entre los comunicantes. El aspecto referencial transmite los datos de la comunicación y el segundo, como debe entenderse dicha comunicación.

2.4 NATURALEZA DE LA RADIO. MEDIO SONORO

La radio es un lienzo en blanco pintado por el sonido. A través de él, crea imágenes llenas de vida, color y movimiento en la mente de los radioescuchas.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

El sonido es la esencia de la radio. Si bien "la radio empieza con la silenciosa nada, es la acción acústica la que produce su existencia". (Curiel, 1992:20).

Describir el sonido, es hablar de un espacio sin fronteras extendido en el aire, que entra por la puerta del sentido físico del oído y siempre se percibe, voluntaria o involuntariamente, provenga de cualquier dirección, derecha, izquierda, arriba o abajo. A diferencia, la visión resulta voluntariamente cancelable – basta con cerrar los ojos-, y depende del movimiento de quien observa. Cuando uno se acuesta boca arriba, por ejemplo, todo el escenario visual cambia, y sin embargo, la sonoridad es la misma, no importa la posición: boca arriba, boca abajo o de pie.

Radio manía, fantasías etéreas: Es de lo más probable que, en alguna ocasión reciente, cuando usted escuchaba la radio, sus oídos hayan recibido dosis extremas de buen humor y regocijo, o bien, que su imaginación, siempre desafiante ante el menor reto, haya iniciado viajes relámpago a lugares sorprendentes.

La radio es el medio que ofrece mayor juego creativo, pues uno de los sentidos humanos, la vista, no interviene; entonces el radioescucha tiene que reconstruir mentalmente los escenarios que los sonidos le sugieren; el resultado siempre será más rico que una imagen fabricada. Podríamos decir metafóricamente que la radio es como una bella mujer que no muestra todo, que deja las mejores partes guardadas para que nos las imaginemos juntos.

Al mismo tiempo, la radio permite trasladarse a cualquier época o circunstancia, hacer gigantescas escenografías o monstruosos lugares e impresionar con lo que parece ser un despliegue de actores; todo se logra con cuatro personas en una cabina, tres o cuatro buenas voces y un par de buenos sonidos, así reconstruimos el imperio o un foro romano, un barco escandinavo vikingo a punto de invadir Europa, la Segunda Guerra Mundial, una guerra nuclear, las pirámides de Egipto, cualquier cosa.

La libertad que requiere el productor de palabras que es el comunicador que labora en la radio o en la televisión, tal vez no sea la misma que todos necesitamos; es la libertad de expresión que nos permita comunicar ideas, aceptar las diferentes, convivir con pensamientos de otros, sí, pero también la libertad de exposición para dar a conocer los hechos y las informaciones, por boca propia y ajena, como mejor cuadre a la capacidad de comunicación de cada quien, y hasta la libertad idiomática que le dé cabida a giros

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

que todavía no avalan los académicos, pero que cuentan con el respaldo del entendimiento general.

La radionovela es un formato con una enorme riqueza. Si ha venido desapareciendo es por nuestra culpa, por falta de creatividad y de talento, por descuido. Sería fantástico que pudiéramos revivirla, claro, con nuevos temas y objetivos; es absurdo pensar que los ratings más altos de la televisión están en las telenovelas y que la radionovela esté en extinción; si a la gente le interesa ver esas historias de la vida cotidiana, de la vida real, de la política, del amor, por qué no revivirlas a través de la radio que es un medio idóneo para hacerlo. Lo más tradicional, con lo que más se identifica a la radio, es el contar historias, el jugar en una especie de pin pon con la imaginación del radioescucha; además, ésta es una forma maravillosa de vender publicidad, no olvidemos que la televisión lo está haciendo.

2.5 EL LENGUAJE RADIOFÓNICO

La radio es el medio sonoro por excelencia. Es sin duda, siguiendo a Mc Luhan la extensión de la boca, de la laringe, los pulmones del hombre; pero más aún, es el alta voz del cerebro humano. ¡Que mejor instrumento que el habla!

El habla de la radio es lo único existente cuando se emite, si es que hay un interlocutor que lo percibe; un interlocutor, además de escuchar, procesa y resignifica; recrea y evoca; usa y hace cosas con las palabras, mientras que el receptor sólo recibe.

"Si es que hay alguien que lo percibe". Si es que hubo alguien que logró convocarlo al diálogo creativo que puede establecerse a través del aire entre personas que son sensibles y capaces de significar en común, aún cuando no haya una respuesta inmediata, en presencia y a través del mismo canal, como exigen los puristas para catalogar como comunicativo un proceso. Precisamente, ahí es donde está la clave de la comunicación radiofónica: en que se puede dar aunque los interlocutores no se vean; la mayoría de las veces ni se conocen, pero se pueden entender y pueden crear sentido en común.

Porque el lenguaje radiofónico no tiene límites, y exige eso, que no se le limite ya que el medio está abierto para que a través de él transiten y se muevan con libertad las

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

palabras, los enunciados, las ideas, los pensamientos, los sentimientos, el acontecer, el humor, la filosofía, la vida ... Todo lo que puede ser expresado con palabras puede ser transmitido por radio.

El habla de la radio no va sola, ni se atiene solamente a sus posibilidades, cuenta con el recurso de la música y de todos los sonidos, y en conjunto forman el lenguaje radiofónico. Arman Balsebre en su libro *El lenguaje radiofónico* dice que éste "se constituye de los sistemas expresivos de la palabra, la música y los efectos sonoros" y define al sistema semántico radiofónico como "una sucesión ordenada continua y significativa de ruidos elaboradas por las personas, los instrumentos musicales o la naturaleza, y clasificados según los repertorios / códigos del lenguaje radiofónico".

Tan grave es considerar como radio a la sola emisión de música, como las emisoras que sólo creen en la palabra hablada, sin música, sin hacer uso de otros recursos sonoros. Los tres son elementos indispensables en la radio.

Aunque la música de uno de los principales productos sonoros y por ende, es un importante contenido de la radio, hablar de radio de esta manera, es una simplificación y un empobrecimiento del medio. De hecho, la radio es un medio desperdiciado, y como dice Ángel Faus, un medio desconocido. Desconocido y desperdiciado en sus posibilidades, en sus potencialidades, en su capacidad expresiva y comunicativa. Más bien se le quiere manejar con las características de otros medios, ante los cuales puede parecer limitado. Así se dice que la radio que es imprecisa, que carece de la fuerza de lo permanente, que tiene limitado su acceso sensorial, y precisamente, por esas características, la radio es personal, cercana, propia. Por eso es flexible; por eso puede despertar la imaginación y hacernos pasear por lugares ignotos, transmitir sentimientos profundos, transitar por el tiempo. Ir y venir, subir y bajar, abrir y cerrar.

Hacer radio es establecer comunicación, crear sentido en común. Es considerar al receptor como un interlocutor; porque la radio provoca en la audiencia una relación personal gracias a la cualidad del sonido de ser introyectado; a la posibilidad de que, quien escucha, recree el mensaje de acuerdo a su experiencia, sus vivencias, su historia. El oído es un sentido atento, que no se cierra o se "apaga"; que invita y propicia la introyección hacia un mundo interno pleno de experiencias y sensaciones visuales, táctiles, auditivas.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

El lenguaje radiofónico es flexible y permite expresar casi cualquier cosa porque apela a la imaginación y a la buena voluntad del que escucha. De ahí, que el elemento más importante sea el habla, la palabra, la voz, sin perder de vista que va acompañada de la música y el ambiente sonoro.

En la radio el lenguaje debe de ser muy "visual", puesto que se tratará de suplir a la vista. Ese ciego involuntario en el que se convierte el oyente de la radio requiere tener a disposición la información y las referencias que le permitan percibir en plenitud. Por fortuna, para estos fines contamos con que el lenguaje oral es seductor, emotivo, expresivo, o puede serlo, basta con quitarle lo lineal y hacerlo girar alrededor de lo que se quiere decir, añadiendo cada vez, imágenes, figuras, elementos provocativos. Nunca, porque son enemigos de la palabra radial, el cotorreo vacío, los gritos destemplados que son una alharaca sin sentido, demasiado fuerte en nuestras emisoras, donde se juntan risas y alaridos con expresiones que sólo los que están dentro de la cabina comprenden, porque se basan en referencias particulares. Cercano al parloteo insulso y ruidoso está la utilización de vociferaciones para convencer, llamar la atención y por lo tanto imponer, cuando es la voz íntima, baja y personal, la que comunica y persuade a los interlocutores. Por su parte, el tono sabelotodo, son prácticas que alejan al oyente; nadie escucha la radio para ser regañado.

La radio es una invitación al diálogo, a la conversación que es "una de las maneras más significativas de estar juntos". El diálogo se da entre interlocutores que intentan una comunicación interpersonal; dice Pasquali que "la comunicación mediatizada ha introducido en el diálogo humano una injusticia distributiva porque tiende a favorecer al emisor y a minimizar o silenciar al receptor o usuario. El receptor se ve cada día más en situación de diálogo interrumpido, de no poder responder inmediatamente". El buen emisor que intenta comunicarse, es el que considera al oyente imaginario como alguien concreto y se dirige a él con la intención de recibir una respuesta dialógica, y no en forma de monólogo, por eso recurre a ciertos usos promocionales que hacen presente al escucha, con expresiones posibles al hacer referencias personales como "tú que me escuchas", "como ustedes saben", "de acuerdo con eso que ustedes prefieren", "qué les parece si ahora vamos".

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Escrito o improvisado, el lenguaje verbal de la radio es el mismo que el lenguaje cotidiano, sin embargo, requiere un manejo sintáctico que facilite la percepción y la comunicación, de manera que se logre ser atractivo, sugerente, provocador, visual, personal, propio. Por ejemplo, es recomendable escuchar el discurso con frases cortas, pero concluidas, ya que los oyentes no se van a quedar esperando, a ver si le completan la información; si no entiende o no se interesa, abandona la escucha.

Espero que hasta el momento vayamos de la mano, con un común interés, ya que voy a dar paso a la segunda fase de este tema de investigación la cual es la relación de comunicación y educación, en el cual deseo que lleguemos juntos hasta el final, en esto que cada vez se pone mas interesante.

2.6 COMUNICACIÓN EN MODALIDADES EDUCATIVAS NO FORMALES E INFORMALES

Entre los procesos de comunicación, en el ámbito de la modalidad educativa formal y en los del área no formal, hay rasgos similares, en tanto que en ambos proyectos educativos el Estado ejerce una supervisión directa y destina cuantiosos recursos para su estructuración.

De ellos, merecen especial atención los programas que no son normales por planes curriculares, sino que responden a necesidades predeterminadas por el mismo Estado, como los de planificación familiar, educación para la salud, capacitación técnica, alfabetización, etc.

En estos programas se encuentran los procesos de comunicación interpersonal, intermedia y colectiva, y aun cuando se aplican a través de diversas acciones simultáneas, las características de los procesos son similares.

Por ejemplo, en México, con las campañas de planificación familiar el Estado se ha propuesto reducir el índice de natalidad, y al logro de ese fin han de responder todos los procesos de comunicación.

En ellas el Estado funge como emisor real en tanto establece las políticas que deben seguirse en materia de planificación familiar, que como proyecto educativo no formal



COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

está sujeto a un proyecto mayor, acorde con el modelo de desarrollo socioeconómico de México.

Los emisores voceros son las instituciones del sector salud, los diseñadores de los mensajes son médicos, enfermeras, trabajadores sociales, etc., que establecen relaciones con los perceptores (mujeres en edad fértil).

Pero a su vez, las instituciones educativas que apoyen estos programas con educación sexual, serán asimismo, junto con maestros e instructores, emisores voceros en tanto deben transmitir mensajes congruentes con el objetivo de reducir la tasa de natalidad.

En este empeño el Estado aplica cuantiosos recursos que le permitan usar todos los medios de comunicación, desde los empleados en los procesos interpersonales hasta los utilizados en los colectivos. Asimismo, despliega acciones con las que forma a los emisores a fin de que empleen adecuadamente los mensajes, los medios y recursos, y se establezcan todo tipo de relaciones con los perceptores.

La instancia informal presenta una significativa diferencia en relación con las modalidades formal y no formal. En términos generales, no tiene supervisión directa del Estado en la acción formativa de los perceptores (salvo en el caso en que sus instituciones instrumentan proyectos de extensión con carácter informal).

Aquí quienes ejercen acción como emisores son la familia, las organizaciones políticas, la religión como institución y los grupos privados que controlan los medios de comunicación colectiva, los cuales, sin embargo, están condicionados por la formación social.

Comúnmente se cree que esta instancia es ajena a la influencia del sistema educativo, dado que en ella no hay planes curriculares determinados, ni maestros, ni alumnos, ni institución escolar.

No obstante, los procesos informales provocan cambios de conducta significativos en los perceptores y, por tanto, son determinantes en la formación de la conciencia real de los individuos pero no se excluye la factibilidad de que adquieran también la conciencia posible.

En la instancia informal, las relaciones de comunicación interpersonal e intermedia son tan importantes como las colectivas, pues los perceptores están sometidos permanentemente a la influencia del sistema, si no por una, por la otra.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

En la relación familiar, por lo común los padres, actuando en procesos interpersonales, aparentemente asumen la función de emisores reales, pues ejercen acción propia en la educación de los hijos. Ello no obstante, con suma frecuencia los mensajes que transmiten tienen implícitos los propósitos de los grupos secundarios. Esto convierte a los padres en emisores voceros de esos grupos religiosos, políticos, etc, que a su vez actúan como reproductores de normas, valores y formas de vida de un sistema social.

2.7 LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA

La semiótica de Eco se constituye como Teoría de los Códigos o Semiótica de la Significación, y como Teoría de la Producción de los Signos o Semiótica de la Comunicación. Hay sistema de significación (y por tanto, código) cuando existe una posibilidad establecida por una convención social de generar funciones semióticas, independientemente de que los furtivos de dichas funciones sean unidades discretas llamadas signos o grandes porciones del habla, con tal de que la correlación haya sido establecida precedente y preliminarmente por una convención social. En cambio, hay proceso de comunicación, cuando se aprovechan las posibilidades previstas por un sistema de significación para producir físicamente expresiones y para diferentes fines prácticos.

Si la educación se considera, en general, como el conjunto de procesos por los cuales se comparten e introyectan los contenidos, las normas y los valores socioculturales, "la educación es la forma fundamental de la socialización y, por consiguiente, de la comunicación" (*Katz, 1985:172*). La teoría de la comunicación educativa, entonces, puede considerarse como un desarrollo particular de la Semiótica General.

Cada elemento de la experiencia de la realidad es incorporado al dominio mental de los individuos en una forma determinada por el mismo grupo social, como unidad capaz de ser asociada conceptualmente con otras de acuerdo con reglas creadas y sostenidas convencionalmente por el grupo. La cultura es el resultado global de tales asociaciones: es "la forma específica en que una sociedad interpreta la relación del hombre con el mundo."

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

El concepto cultura, así definido, es necesariamente dinámico, ya que la considera como producto y a la vez fundamento de todos los actos individuales y colectivos que se pueden llamar "inteligentes", constituyendo una "dimensión vital" dialécticamente vinculada con la vida material de la sociedad. Así, la cultura evoluciona constantemente con base en las metas, las actividades, las circunstancias y la historia colectiva. En palabras de Ortega y Gasset, la cultura es "el sistema vital de las ideas de un tiempo", sustrato colectivo del saber social, y depósito del conocimiento humano, del cual se nutren las mentes individuales introyectando sus elementos y reglas de asociación, así como sus valores, mediante un proceso llamado "socialización", del cual forma parte la educación.

La cultura, que permite a un grupo social organizarse y desarrollarse transformando su vida y el entorno natural, tiene su origen en la primordial necesidad humana de dar sentido a la experiencia; de distinguir entre sí las cosas, los eventos, los lugares, las relaciones causales, los fenómenos de la naturaleza, las ideas, los sentimientos, los sueños... Esta distinción y clasificación del mundo en que se vive, lleva a la definición de "unidades culturales" o "culturemas", y de sistemas de interpretación de las relaciones observadas e inducidas entre ellas.

Es decir cada formación social segmenta de una manera específica su experiencia del mundo, y la reconstruye sistemáticamente al definir sus propias unidades culturales y establecer las reglas para interpretarlas y relacionarlas válidamente entre sí. La cultura es, entonces, para la sociedad, el conjunto de sistemas de unidades culturales (sistemas de significación) que dan sentido a su existencia; y para el individuo, el conjunto de tales sistemas, tal como los ha introyectado. La vida social se fundamenta en el uso e intercambio que sus miembros realizan de ese acervo cultural, y a su vez el individuo se desarrolla intelectualmente con base en aprendizaje y apropiación continuas de la cultura. Por su puesto, el acceso a tal proceso de apropiación está determinado por la ubicación social del individuo, que condiciona sus posibilidades de participación en la vida material y cultural de la sociedad.

Si como se ha dicho, la cultura es un conjunto de abstracciones dinámico y cambiante de acuerdo con las prácticas sociales que se desarrollan en el nivel material de la existencia, con las que mantiene una relación dialéctica de mutua determinación, la

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

cultura incluye los mecanismos ideológicos que deforman la interpretación de la vida social en el sentido que corresponde a los intereses de quienes detentan el poder en esa sociedad. De esta manera, el discurso cultural refleja, en su misma estructura, las condiciones materiales de vida y las posiciones de clase de quienes la producen.

En este marco, la comunicación puede ser definida, del modo más general, como el proceso por el cual los hombres interactúan significativamente recurriendo a los sistemas de significación propios del grupo social al que pertenecen. Por su parte, la educación puede concebirse como el tipo de proceso de comunicación que tiende a promover la modificación del repertorio de unidades culturales y de significación de los individuos, orientando su capacidad de participación en la vida social.

2.8 PROCESOS DE COMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN

La enseñanza escolar (formal) se caracteriza por el empleo de procesos de comunicación interpersonal e intermedia como el vínculo maestro – estudiante, estudiante(s) – estudiante(s), estudiante(s) – maestro, etcétera además, por las relaciones maestros – maestro, institución – maestro(s), estudiante(s) – institución, que a su vez revisten características específicas.

Es importante señalar que el uso de medios electrónicos en el aula (transmisión por televisión en circuito cerrado) no significa comunicación colectiva, puesto que el alcance de la transmisión no trasciende a una población mayor.

A veces, en estos ámbitos escolares se producen programas para televisión de circuito cerrado que, además de usarse en el seno de la comunidad, se emplean en otras instituciones escolares e incluso en grupos educativos no formales. Tal es el caso de las escuelas de medicina cuyos materiales audiovisuales son transmitidos en circuito cerrado, tanto en las aulas, como en programas de extensión no formal en instituciones de salud. No obstante, aun en estas circunstancias los procesos de comunicación pueden seguir considerándose intermedios: sólo son colectivos cuando esos mismos programas se transmiten en circuito abierto.

En la modalidad no formal pueden identificarse comúnmente los tres procesos de comunicación. Por ejemplo, en la labor de alfabetización, donde existen vínculos

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

instructor – estudiante (interpersonal), institución – perceptores (intermedio) a través de medios destinados exclusivamente a la comunidad por alfabetizar y relaciones entre maestro(s) – perceptores, o institución – perceptores (procesos colectivos, a través de medios de comunicación colectiva, como la transmisión de mensajes por televisión o radio en circuito abierto).

Estas relaciones son claramente identificables en programas difundidos por televisión y normados por un plan curricular.

En la modalidad informal, como en la anterior, actúan los tres procesos. En la relación familiar siempre se dan procesos interpersonales; en los vínculos del individuo con los grupos se dan los interpersonales e intermedios; en la formación a través de los medios de comunicación colectiva se presentan los procesos colectivos.

Dentro de esta modalidad educativa se consideran asimismo las relaciones: instituciones educativas (de cualquier nivel) perceptores, que a través de medios de comunicación colectiva (en transmisión en circuito abierto) difunden mensajes tendientes a formar a los individuos, pero sin que los contenidos de los mensajes obedezcan a un plan curricular. Esta forma correspondería a la labor de las instituciones de enseñanza superior llamada de extensión.

Así, pues, unos procesos no excluyen a los otros, sino que todos coexisten en permanente interacción. De hecho, en este sentido la educación no es ni más ni menos que...comunicación.

Puede afirmarse que en realidad el vínculo educación – comunicación implica procesos paralelos en los que siempre hay dos relaciones básicas: enseñanza – aprendizaje, emisor – receptor, lo cual complica aún más el problema de su análisis, pues las características de estas relaciones cambian de una modalidad educativa a otra, de un proceso comunicativo a otro y, por si fuera poco, de una formación social a otra (y aun dentro de una misma formación social se dan variaciones).

2.8.1 COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

.....la comunicación implica una reciprocidad, que no puede romperse... ella es diálogo, así como el diálogo es comunicación...

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Para concluir este apartado sobre educación y comunicación conviene reflexionar acerca de las discusiones vigentes en torno a la comunicación participativa en los procesos de enseñanza – aprendizaje.

El sistema educativo, en México, posee una relativa autonomía capaz de generar procesos internos que tienen una dinámica propia. En este sentido, el sistema no se agota en la realización de funciones sólo determinadas desde el exterior. Hay quienes participan en el proceso educativo con una concepción contraria a la impuesta por la enseñanza tradicional.

Así, quienes rechazan la concepción según la cual el quehacer educativo es un acto de transmisión del saber en un solo sentido, explican la educación como un proceso de comunicación participativa, en el que los participantes intercambian mensajes, ideas, actitudes, conocimientos, experiencias, a través de los cuales es posible formar, a partir de la conciencia real, la conciencia posible.

Conforme a esta visión, la práctica educativa con que los perceptores del proceso enseñanza – aprendizaje pasan de la posición terminal a la participativa, ha venido produciendo paulatinamente acciones participativas principalmente en la modalidad no formal en comunidades rurales, de donde ha trascendido en forma aislada el área escolar.

Su influencia empieza a propiciar propuestas para que la acción participativa en el aprendizaje sea abordado como objeto de investigación.

De esta manera han aparecido muchos conceptos, entre ellos los de comunicación educativa, comunicación participativa, comunicación popular, que cada vez son más comunes pero que aún no han sido precisados ni en su significado ni en su ámbito de acción.

Por ejemplo, la llamada comunicación educativa tiende a circunscribirse a procesos de carácter participativo en la instancia interpersonal, cuando bien puede darse en los intermedios y aun, en ciertas circunstancias, en los colectivos.

Seguramente esta consideración limitante se debe a que los procesos predominantes en la enseñanza escolar son los de carácter interpersonal, o sea la relación maestro – alumnos, entre otras; y a que la ubicación en grupos es ideal para propiciar el aprendizaje, dada la posibilidad de establecer una comunicación total.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

El aprendizaje sólo puede darse allí donde hay algo aprendido en el contacto con algo aún no aprendido.

Es decir, el aprendizaje se da cuando existe un cambio de conducta significativo que resulta de la interacción entre emisor y receptor en el intento por la apropiación del conocimiento. Se aprende – afirma Rafael Santoyo, cuando se recibe, elabora, incorpora o rechaza información. (Santoyo, 1981: 39).

Sobre la base de esta concepción del aprendizaje se ha reconocido en el diálogo una importancia trascendental que, en realidad, siempre tuvo.

Hoy en día se habla de comunicación educativa como proceso donde el diálogo es la esencia misma del aprendizaje y la participación.

Si, según esta postura, la comunicación sólo es educativa en tanto implica participación. Se vive un mundo en donde se mezclan distintas formas de comunicación, que se multiplican y se vuelven cada vez más complejas, pero subsisten incorporadas a ellas las formas más tradicionales de comunicación.

De estos problemas sobre los procesos de comunicación en acciones de enseñanza – aprendizaje, algunos de los más significativos se derivan del inadecuado uso de los medios.

2.9 MARCO DE REFERENCIA DE EMISOR Y RECEPTOR EN LA COMUNICACION EDUCATIVA

Por marco de referencia entendemos precisamente el espacio de lo plural, de la diferencia; el inmenso espacio de la vida cotidiana. Es en él donde se producen los procesos de comunicación más importantes (las relaciones inmediatas, la familia, los amigos...) y desde él se lee el resto de la sociedad.

Los diversos marcos de referencia en que viven los grupos sociales no surgen de un día para otro, tienen una historia. Los estudios de la comunicación se movieron durante décadas en un ámbito a histórico, sin tomar para nada en cuenta las raíces de tal o cual proceso. Restringidos a los medios, se limitan a comprobar esta o aquella influencia. El acercamiento actual al concepto de cultura lleva necesariamente a ocuparse de la historia. Cada comunidad tiene sus maneras de enfrentar y resolver problemas, sus

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

ritos, sus ceremonias, sus creencias, sus expectativas. Y todos ellos poseen una historia, cuya comprensión hace más claro el modo de ser actual. Así, la preocupación por la vida cotidiana lleva al análisis de sus orígenes. Se están dando los primeros pasos para reconstruir las formas comunicacionales de distintos sectores de la población, tomando en consideración su expresión actual y su historia.

En la instancia informal merecen atención especial los procesos de comunicación colectiva que establecen la relación entre grupos económicos de poder como emisores, medios de comunicación colectiva y perceptores, debido a la influencia formativa que se extiende a grandes grupos de población.

Si estos grupos de poder actúan en estos procesos como emisores reales, en tanto transmiten a nombre de sus propios intereses de clase, o como emisores voceros del sistema, (Esteinou, 1981:120). Al nivel de análisis que aquí se practica, sólo se deja apuntada la importancia de esos grupos en la educación informal.

Los problemas comunicacionales entroncan directamente con cuestiones económicas, políticas e ideológicas en sentido amplio. Es imposible pensar, por ejemplo, el funcionamiento de los grandes medios de difusión sin tomar en consideración los problemas macrosociales. Lo mismo vale para organizaciones de alcance nacional o regional, sean éstas el Estado, la Iglesia, los sistemas educativos, etc.

El denominado modelo cibernético ha ayudado a comprender el funcionamiento de tales organizaciones y ha aportado elementos para su mejor trabajo. Toda organización, lo sepa o no, enfrenta problemas de comunicación interna y externa, y está inserta en cuestiones económicas, políticas e ideológicas.

La impermeabilidad, la incapacidad de cambio, provienen a menudo de una carencia de recursos comunicacionales para agilizar las relaciones internas y externas.

En este campo de trabajo se ha abierto mucho. No solo en la comprensión, y a menudo la denuncia, de lo económico, lo político y lo ideológico, sino también en conceptos y técnicas de comunicación organizacional, aunque éstos no han sido adoptados todavía por organizaciones estatales, en tanto que sí lo han hecho muchas empresas privadas. Piénsese, por ejemplo, en las dificultades de comunicación que enfrenta ministerios como los de Educación en los países latinoamericanos.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Labor educativa, un docente, una escuela, un sistema educativo todo, actúan siempre, lo sepan o no, como emisores. Pero a la vez lo hacen los alumnos, los padres de familia, la comunidad en general. Todo esto implica un círculo muy complejo de emisiones y percepciones. Si uno no sabe que está inserto en un proceso de comunicación, difícilmente puede aprender a emitir de ciertas maneras y mucho menos a percibir situaciones comunicacionales. Un conocimiento en profundidad del proceso de comunicación resultaría más que útil para quienes actúan en el ámbito educativo. Y si decimos "en profundidad" es porque en algunos establecimientos de enseñanza normal se ofrecen rendimientos en la vieja línea de la tecnología educativa de la década de los sesenta, lo que significa una versión muy pobre de lo comunicacional. "En profundidad" significa comprender los modos posibles de emisión, la situación de emisor directo o vocero, la capacidad de leer fenómenos culturales, de percibir la diferencia.

La introducción de medios se hizo sin planificación alguna, sin capacitar a los docentes para incorporarlos creativa y eficazmente a la enseñanza, sin materiales, sin recursos de mantenimiento de los equipos.

La "tecnificación" que aparecía precisamente como una parte privilegiada de la tecnología educativa, fue un fracaso, un costoso fracaso y pasó a engrosar la lista de los fallidos intentos de reforma que han vivido nuestros sistemas educativos.

Hay espacios de enseñanza – aprendizaje en los que el uso de medios no ha terminado tan mal. Pero ellos han sido en general los correspondientes a la educación no formal, en especial la dirigida a adultos. Y esto tanto en actividades de educación a distancia organizadas por el estado, como en trabajos realizados por organizaciones civiles y religiosas. Resulta imposible desconocer la multitud de riquísimas experiencias educativas que han utilizado, y a menudo recreado, los recursos de diferentes medios, en especial los de escala micro. Piénsese en los denominados "casetes foro", en el uso educativo de la radio, en la apropiación del video para trabajo con sectores populares, por mencionar solo algunos ejemplos.

Una segunda confusión: comunicación como sinónimo de mensajes. Entonces es preciso contar con libros, con láminas, con todo tipo de ilustraciones. No desconocemos la importancia de estos recursos. Solo que ellos tampoco abarcan el problema en

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

formal global. Hemos aludido ya al libro de texto, a sus carencias. Los recursos visuales que no se integran a un proceso de creación y participación de los estudiantes, suelen reiterar el discurso puramente verbal. Ya Piaget alertaba, hace más de 25 años, sobre los riesgos de un "verbalismo de la imagen".

Emisor – Mensaje – Receptor : "El mensaje actúa como intermediario en las relaciones de comunicación; es el eslabón que une al emisor con el receptor y que, a su vez, unifica a ambos en un proyecto educativo específico a través de los contenidos de la enseñanza. El mensaje no es solamente un cúmulo de información, sino que implica "un proceso de selección entre el repertorio disponible de unidades culturales y sus combinaciones, que el emisor estructura y el receptor reconstruye mediante la recurrencia idealmente paralela a los códigos".(Charles, Orozco, 2000:246).

El vínculo entre los conceptos educación y comunicación debe analizarse a partir del supuesto de que la educación es un fenómeno social que implica relaciones de enseñanza – aprendizaje, inscritas en el marco de las funciones que cumple la educación en un sistema socioeconómico. La educación, como fenómeno que se materializa en relaciones de enseñanza – aprendizaje, en cualesquiera de sus modalidades (formal, no formal e informal) se realiza siempre a través de procesos de comunicación, de carácter interpersonal, intermedio o colectivo.

Entre modalidades de educación y tipos de comunicación hay diversas combinaciones, lo cual representa un obstáculo para comprender su interacción.

Para entender el proceso de comunicación educativa, el concepto código puede sernos de gran ayuda. El código no sólo implica las diversas formas de articulación del lenguaje, sino que también abarca su significado, es decir, constituye un principio regulador para la selección e integración de los significados relevantes, las formas de su realización y la evocación de contextos; presupone, también, una jerarquía en las formas de comunicación, en su demarcación y criterio. De aquí la importancia de que el emisor y el receptor compartan los códigos para llevar a cabo satisfactoriamente la comunicación. En la sociedad coexisten diversos códigos, no simétricos y desnivelados, cuyas características dependen del grupo o clase social que los generó y que son compartidos por los miembros integrantes del grupo.

Se dará comienzo al marco contextual para tener una mejor ubicación del tema.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

CAPITULO III. MARCO CONTEXTUAL

3.1 LA EDUCACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO

Con frecuencia, cuando se menciona la educación se tiende a circunscribirla a la labor de la enseñanza en ámbitos institucionales; y, al hablar de comunicación, se piensa en ella sólo en relación con los medios de comunicación colectiva, creyéndose, además, que estos medios no siempre realizan una función educativa.

No se tiene en cuenta que estos medios no funcionan en la sociedad de manera aislada, sino integrados en diferentes procesos que, a su vez, discurren con muchos otros procesos de comunicación donde interactúan diversos emisores, medios, mensajes y perceptores. Por lo tanto, si actúan diferentes medios (incluyendo los de comunicación colectiva) la formación se produce a través de todos, tanto en procesos educativos de carácter formal y no formal, como informal.

La enseñanza y el aprendizaje suceden a través de procesos de creación, emisión, circulación y percepción de mensajes en diversos sentidos muy frecuentemente, a través de estos mensajes se forma a los individuos para una actuación irreflexiva.

La educación, en cualquiera de sus modalidades, se realiza a través de procesos de comunicación y todo proceso de comunicación requiere de uno a varios medios para transmitir los mensajes. El uso de éstos, para ejercer una influencia formativa, no es casual ni aislado, sino que responde a intenciones e intereses siempre determinados por una formación social dada.

El creciente uso de los medios de comunicación colectiva a nivel mundial, que fue un suceso hermanado primero con el desarrollo de los países capitalistas avanzados, y luego con la expansión del capitalismo en los países en desarrollo, tuvo influencia decisiva para la educación en México, en tres aspectos:

Primero en el empleo de los medios de comunicación colectiva como elemento de apoyo para la labor ideológica del sistema capitalista (función que corresponde a la categoría de la educación informal).

TESIS CON
FECHA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Segundo, en el uso de estos medios en programas de educación no formal, como una función paralela a la anterior, pero presentada como una necesidad de impulsar el desarrollo en un sistema capitalista dependiente;

Tercero, en el impulso a la formación de profesionistas del área de la comunicación colectiva a través de la creación de la carrera en varias universidades del país.

La educación como fenómeno social, no puede definirse ni comprenderse sin establecer su ligazón interna con el cuerpo del sistema de relaciones sociales, del cual forma parte.

El factor ideológico se encuentra ligado al proceso educativo, en sus distintas modalidades, y a las políticas del Estado en materia de comunicación social, que han determinado las características particulares de los procesos de comunicación colectiva en México.

3.2 LA RADIO EN LA ACTUALIDAD

"En los últimos veinticinco años los comportamientos, las actitudes, los valores y la visión del mundo de los mexicanos han experimentado transformaciones muy profundas. Los medios de comunicación de masas han jugado un papel decisivo en esta evolución que ha dado lugar a una sociedad predominantemente urbana, familiarizada con el exterior, que exige una mayor (ARVM, 1998:335) participación en las decisiones gubernamentales y que ve en el cambio un valor y una orientación positiva y deseable para el futuro".

Estos fenómenos nos hablan de la aparición de una nueva cultura mexicana. En ella las imágenes más difundidas de la vida moderna desde las computadoras y las antenas parabólicas, hasta las mujeres ejecutivas y la creatividad de los jóvenes punk de los barrios populares han desplazado los cuadros plásticos del país rural, las comunidades aisladas y temerosas de las influencias forasteras y el individuo sometido a la autoridad y a un destino incontrolable que hasta hace muy poco todavía poblaban la imaginación de lo que era México. No deja de ser extraño que esta evolución haya ocurrido en un periodo de crisis económica y caída del ingreso real: la sociedad mexicana es hoy más

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

pobre que hace un cuarto de siglo, pero es también una sociedad más comunicada y más moderna.

La constatación del contraste entre pobreza y modernidad nos obliga a repensar las relaciones causales establecidas, según las cuales una sociedad pobre era por definición también una sociedad tradicional. En la búsqueda de respuestas a las interrogantes que plantea esta simultaneidad de pobreza y modernidad es imperativo reconocer en el desarrollo de los medios uno de los factores que han intervenido con mayor fuerza en la terminación de algunas de las dinámicas del pasado.

Al igual que en otros países la modernización de la radio ha sido el resultado del cambio tecnológico y de su extensión a prácticamente toda la población gracias a la transmisión satelital que permite más y mejores transmisiones: en 1996 había 840 emisoras conectadas con alguno de los satélites Morelos I y II . Desde principios de los años noventa la digitalización garantizó un sonido de alta calidad e incrementó la eficiencia y el control sobre el proceso de transmisión. Esta modernización le permitió a la radio responder a las transformaciones de la sociedad e intervenir de manera determinante en el cambio cultural que se ha limitado a la transmisión de diversión o de un gran cúmulo de información, que por sí mismo ha contribuido a elevar el nivel de conocimientos de la mayoría de la población; sino que la comunicación radiofónica también ha cumplido funciones de socialización , es decir, de formación de actitudes e integración social que en el pasado parecían reservadas a la familia y a la escuela.

La importancia que ha adquirido la radio como agente de socialización en el último cuarto de siglo debe ponderarse tomando en cuenta que en los últimos quince años la economía mexicana ha atravesado por un largo periodo de inestabilidad y reforma económicas que han repercutido en una acusada calda del gasto público en educación y en general del nivel de vida de la población. Desde la aparición del transistor, para escuchar radio ni siquiera se necesitan instalaciones especiales, por consiguiente las emisiones radiofónicas pueden llegar a los puntos más lejanos y agrestes de la geografía mexicana. Entre 1980 y 1987 el auditorio de radioescuchas aumentó de 60 a 80 millones y hoy en día puede hablarse de una cobertura nacional de amplio alcance, en vista de que hay 3.7 radios por hogar.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

La importancia de los medios en el cambio cultural mexicano ha sido muy grande en este periodo también porque la extensión de su presencia en la sociedad coincidió con un oscilante proceso de liberalización política, en el que se ha ampliado la arena pública, ha aumentado el número de actores que intervienen en ella, y se ha enriquecido el repertorio de temas de discusión pública. Los medios han jugado un papel central en este proceso, pues respondieron a las transformaciones políticas introduciendo cambios programáticos que demandaba la realidad inmediata. En términos de la radio, los cambios en la política impulsaron la creación de un mercado de opinión, la noticia se convirtió en un material de gran valor para las radiodifusoras. Estas se ajustaron a los nuevos tiempos del país, alertando a su auditorio acerca de los asuntos del poder y de su influencia sobre su vida cotidiana, dieron a conocer a los partidos políticos, promovieron la participación electoral. En los últimos diez años la radio también se ha diversificado, como fiel reflejo de la pluralización política de la sociedad y por efecto de su inserción en la dinámica amplia de la liberalización. Se han incrementado las emisiones de índole política mediante noticieros, entrevistas con funcionarios y líderes políticos, discusiones y debates, y con ello la radio ha participado activamente en la formación de opinión, además de que se ha constituido en un efectivo canal de relación entre gobernantes y gobernados. Esta evolución, resultado del ajuste de la radio a los cambios en la sociedad, tuvo un impacto de profundo alcance también en la radiodifusión, pues significó el regreso del formato hablado, que en los años sesenta había sido desplazado por la música grabada.

Uno de los efectos de mayores consecuencias de la modernización de la radio para la vida del país ha sido la consolidación de la opinión pública como componente esencial en la configuración de los equilibrios políticos y de la competencia por el poder en los términos que rigen en los sistemas democráticos. La influencia de la opinión pública sobre las decisiones de los gobernantes es uno de los mecanismos de que disponen los gobernantes en los regímenes democráticos para impedir las arbitrariedades y el ejercicio autoritario del poder. Los gobiernos democráticos son gobiernos de opinión pública sobre las decisiones gubernamentales se ha hecho sentir en la destitución de funcionarios incompetentes o corruptos; las carreras políticas dependen ahora mucho más de la opinión pública que del parentesco o el compadrazgo; hoy en día los

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

funcionarios saben que actúan bajo la supervisión de ciudadanos que se mantienen alerta al desempeño de sus gobernantes, juzgan sus acciones y deciden su futuro. La opinión es tanto un protagonista que por momentos parece hablar con una única voz, como el medio en que los ciudadanos articulan sus muchas voces para luego emitir las en las urnas electorales. La importancia de la radio en la formación de opiniones es mucho mayor que la de la prensa escrita, pues según una encuesta levantada en 1994, 65% de la población en México nunca lee un periódico.

En los últimos veinticinco años la radio ha participado activamente en la democratización de la sociedad y de la política en México, por lo menos de tres maneras: primero, mediante la promoción de una cultura de la participación; segundo, aportando en el lenguaje y la imagen referencias comunes en una situación de creciente diferenciación social; y, tercero, contribuyendo a la descentralización del poder y la influencia alimentando la formación de identidades regionales y promoviendo el surgimiento de líderes de opinión en el ámbito local.

3.2.1 EL SENTIDO CULTURAL DE LA RADIO

La radio, opera con base en algo íntimo y poderoso: el lenguaje y, para ser más precisos, con esa parte del lenguaje en que se asienta la base de la cultura: la palabra hablada. De ahí la importancia de reflexionar, sobre todo en el México de hoy, en torno a la radio como forma cultural.

La característica de valerse de la palabra hablada no deja de encerrar dos paradojas. La primera radica en que siendo la radio uno de los ejemplos más notables del desarrollo tecnológico contemporáneo, su operación recupera para nuestra modernidad lo que, a fin de cuentas, es el ejercicio de una tradición oral, es decir, de una práctica que define a las sociedades tradicionales. En teoría, esto hace de la radio un medio de gran potencial humanístico, pues al recuperar el valor de la palabra como instrumento de la imaginación y de la interacción colectiva, parecería enriquecer nuestra condición antropológica.

Sin embargo, y ahí viene la otra paradoja, a pesar de la enorme cantidad de estaciones de radio con las que se cuenta, hoy parecería que no tenemos nada que decir, o bien

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

que nos estamos quedando lamentablemente sordos. En la radio contemporánea, no sólo en la de México, hay más de palabrería que de diálogo, más de habladería que de lenguaje. Basta escuchar las cincuenta y tantas estaciones de radio que abarrotan el cuadrante del Distrito Federal para advertir no sólo que éstas no difieren gran cosa entre sí, sino también que se ha generado una suerte de saturación discursiva carente de significados.

El reflejo de una identidad: En 1985 a 1995, México ha experimentado una compleja transfiguración política, económica y social sólo comparable, en ese siglo, a la serie de acontecimientos que dieron nuevo rumbo al país entre 1924 y 1934. Ambas épocas pueden verse como momentos de una búsqueda interna de sentido, en medio de un contexto externo de incertidumbre y desconcierto. Cosa curiosa, si bien hay diversos factores que las distinguen y determinan. En ambos periodos, la radio juega un papel protagónico en su desenvolvimiento.

Por un lado, este paralelo nos permite calibrar el carácter social que pueden adquirir determinados medios de difusión en un momento histórico y, por el otro, el modo en que sociedad y poder se relacionan con esos medios. Es decir, nos ofrece una suerte de radiografía de la dirección en la que una sociedad se está moviendo, de los espacios que se están tratando de construir y del sentido fundamental en que tal proceso se mueve.

Si a fines de la década de los años veinte, la política o, más verídicamente, los políticos se descubren socialmente a través de la radio, tomando ésta como un poder añadido que potencializa su discurso, hoy la radio es la que parece haber descubierto al político como actor social y a la política como parte activa de la sociedad. La diferencia no es meramente semántica. Ella encierra, por una lado, una profunda mutación en el tejido estructural del país y de sus relaciones sociales; mutación que, por cierto, expresa la emergencia no sólo de un nuevo rostro social, sino sobre todo de una voluntad de autonomía civil frente al poder institucionalizado y de la búsqueda de un nuevo discurso colectivo más amplio, verídico y representativo de ese rostro. Por el otro, esa diferencia acentúa en la radio un potencial interno que lo distingue de los otros medios de difusión masiva.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Desde luego, la acción que puede tener cualquier medio de difusión en un proceso social varía según las características objetivas de ese proceso. Pero algo peculiar encierra la mecánica de la radio: una suerte de inmediatez e intimidad que le confieren un poder de identificación colectiva, es decir, un sentido cultural. Es ese poder, esa potencia, en la que me parece habría que reparar con detenimiento al momento de discutir qué radio es la que tenemos y qué radio es la que quisiéramos. En lo personal, me atrevería a imaginar una radio que, si realmente busca tener un impacto social, debe comenzar por visualizarse no tanto como una tecnología perfectible en sí misma, cuanto como una tecnología que tiene un alcance y sentido concretamente culturales.

Lo cultural no debe entenderse únicamente como el ejercicio del arte, la literatura o del conocimiento histórico; más bien se trata de todo aquello sobre lo que descansa nuestra propia condición en el tiempo y el espacio; aquello, pues, que nos abre a la posibilidad de vernos de frente y de reconocernos en la unidad de nuestra diversidad. En sentido estricto, realmente no puede haber cambio político o económico que no se conceptualice dentro de esa amplia perspectiva, en la que necesariamente concurren la participación y la creatividad colectivas en movimiento. (López, 1995:33).

3.2.2 NUEVA FORMA DE CULTURA

Por su esencia misma, residente en el aire, la palabra dicha en la radio no puede aspirar a eternizarse - aspiración literaria, más bien debe cumplir su objeto: impresionar discretamente por la amable puerta de los oídos del señor que le permite entrar hasta la intimidad de su alcoba, su espíritu y retirarse para no volver más de la misma forma. No, de la misma forma no, pero qué tal de otras, en grabaciones, por ejemplo. Hasta ahora, la industria fonográfica se ha servido de la radial, se ha colgado de ella como la hiedra al muro; ha contribuido con esa actitud parasitaria a adulterar, a pervertir los fines de la radiodifusión al preferir la música chabacana que es recibida sin el menor esfuerzo.

En compensación hoy, al menos sus técnicas y también sus estructuras de distribución pueden ser puestas al servicio de la palabra; aunque no derivan directamente de la producción radiofónica, están ya disponibles en discos compactos y en casetes, como

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

antes lo estuvieron en discos de larga duración, las grabaciones bien llamadas Voz Viva de México. Directamente de las emisiones que respetan la palabra pueden surgir, además de esa magnífica serie de la Universidad Nacional, otras series nuevas de ese género. La angustia de la fugacidad puede ser vencida hoy por la variedad de registros fonográficos que completan y hacen permanente la difusión radial.

Evaluar el impacto que la radio tuvo en la cultura mexicana no es sencillo. Sin embargo, es posible enunciar algunos puntos donde fue importante. Quizás el más notable puede ser la función precursora que tuvo en la promoción de una cultura que homologó distintas maneras de ser del mexicano. Un medio de comunicación nacional que llegaba a todas las clases sociales, a todas horas, permitía la promoción de una cultura nacional homologada. En ella, los distintos regionalismos se convierten en características de la cultura nacional.

Como consecuencia, las distintas formas de hablar, la música de distintos lugares, incluyendo sus artistas más famosos, las fiestas, costumbres y rituales distintos se convierten en representantes de un México generalizado y no sólo de la región de la que procedían originalmente. Así, Guty Cárdenas, Agustín Ramírez, Lorenzo Barcelata o Pepe Guizar dejan de ser sólo yucateco, guerrerense, tamaulipeco o tapatío, y ellos y su música se convierten en folklore nacional. La cultura nacional, a su vez se convierte en la concatenación de los regionalismos y en su superposición.

Esa acción se extiende a la creación de una sistemática comunicación nacional que trasciende no sólo regiones sino grupos de edad, clases sociales y modos de vida. Gabilondo Soler y Manuel Bernal se convierten en leyendas para la infancia, independientemente del lugar o grupo donde esa esté. Agustín Lara, en el proceso, trasciende sus antecedentes de pianista en burdeles para convertirse en músico romántico para la clase media, que aceptó, en sus canciones, postulados que antes hubieran sido inadmisibles. La radio en ese sentido, coadyuva al establecimiento de normas de conducta y modales que se vuelven la manera de ser del mexicano, independientemente de su origen o lugar en la sociedad o de ordenamientos religiosos antes vigentes.

Otro interesante efecto es la legitimación de expresiones laicas. La cultura tradicional mexicana, dominada por expresiones de carácter cívico o religioso, encontraba en la

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

radio la manera de expresar sentimientos, ideas y maneras de ser que no correspondían a ninguno de esos aspectos y que algunas veces parecían, incluso, contradecirlos. Las radionovelas, congruentes en lo general con una moralidad cristiana aceptable para la cultura tradicional, contenían, sin embargo, expresiones y momentos muy heterodoxos.

La radio en ese momento, funciona también como un sistema de comunicación que trasciende la separación tradicional de clase y pone al alcance de cada estamento los elementos que caracterizan a las otras clases. Dado que esas clases tenían definiciones más cercanas o alejadas de lo indígena y de lo europeo, en ese sentido también, la radio ayuda a la formación de una cultura mestiza, donde nativos, por un lado y catrines, por otro, se ven reducidos a estereotipos, muchas veces cómicos, para los cuales el drama es abandonar su aislamiento.

Otro efecto notable fue el contacto logrado entre el México que oía radio y otros países. Dos posiciones son interesantes: una en la que México da la bienvenida a artistas extranjeros y los incorpora al arte mexicano, como artistas, compositores, etc. Quizá el mejor ejemplo sea Rafael Hernández, y la otra en la que la producción mexicana llega a otros países de América Latina y se vuelve importante e influyente continentalmente. En ese sentido el lema de la XEW: "la voz de la América Latina desde México", no era sólo buena intención.

La radio es, incluso, determinante en la manera de hablar del mexicano. La generación de radionovelas, con una forma de expresarse distinta a la del teatro españolizado tradicional, termina dando una manera de hablar, reconocida en otras partes de Latinoamérica como diferente a la que ellos usan y aun en México, distinta al acento estereotipado de Yucatán, de la costa o del norte.

La influencia de la radio, desde su introducción al país como uno de los elementos que forman la definición de la cultura del mexicano de hoy, no es deletznable. Debe unirse a otras historias: la popularización del cine, la llegada de la televisión, la telefonía y otras más para poder, con ellas, entender mejor cómo somos hoy. (Granados, 1995:14).

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

3.3 LA CULTURA DE LA PARTICIPACION

Hoy en día es creciente el número de mexicanos que está dispuesto a tomar su futuro en sus propias manos, que cree que tiene la capacidad para transformar su realidad inmediata y que se expresa con mayor libertad que en el pasado. Estas actitudes se sustentan en una amplia cultura de la participación que contrasta con la pasividad y el conformismo que durante décadas fueron características de la mayoría de los mexicanos. Participar ha dejado de ser un verbo y se ha convertido en un principio a partir del cual se buscan formas más satisfactorias de organización social en la colonia, la ciudad, el municipio e incluso el país en su conjunto. De hecho ésta es el sentido de muchos de los cambios políticos que han exigido los ciudadanos a través de los partidos o en forma directa en la plaza pública desde los años ochenta. Estas demandas han impulsado reformas políticas y administrativas, la renovación del personal político, mayor responsabilidad entre los funcionarios y nuevas actitudes entre quienes ostentan cargos de representación popular.

Las elecciones federales que se han celebrado cada tres años en México desde 1988 así como muchas de las elecciones locales muestran el abatimiento del abstencionismo que había sido terreno propicio para la manipulación electoral, por consiguiente, pueden ser consideradas un indicador de esta cultura de la participación. El porcentaje del electorado que ha votado en los comicios federales ha sido superior a 60%, y en el caso de la elección presidencial de 1994 esa proporción superó el 74% de un total de 44 millones de mexicanos empadronados. De estos datos se desprende que entre los votantes prevalece un sentido de competencia política, es decir, la convicción de que con su voto pueden influir sobre esas decisiones y la conciencia de que las decisiones del gobierno puedan afectar su vida. La radio ha jugado un papel importante en el fomento de esta creencia, al participar, por ejemplo, en encuestas postelectorales que dan a conocer las tendencias del voto con celeridad. También ha apoyado al Instituto Federal Electoral, la institución creada en 1990, que tiene a su cargo la organización de los procesos electorales.

La radio ha contribuido a difundir esta cultura de participación en forma directa mediante los programas de información y contenido político. Sin embargo, también ha

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

inducido entre los radioescuchas un sentido de competencia, es decir, la creencia de que tienen capacidad para intervenir en forma efectiva en asuntos de otro tipo con emisiones de distinta índole que invitan al público a participar mediante llamadas telefónicas y a expresar su opinión respecto a los más diversos temas, por ejemplo, la educación de los adolescentes, la capacidad de un entrenador de fútbol, la vida privada de un cantante o las relaciones amorosas de las estrellas de cine.

El radioescucha complementa la idea gracias a su imaginación. La programación hablada esta adquiriendo cada vez más nuevos espacios porque tiene una gran aceptación entre la gente. Este género radiofónico permite una forma de comunicación directa, espontánea, oportuna y de muy fácil acceso para la gente. La participación del público es fundamental ya que a través de ella uno se da cuenta si el público está entendiendo lo que queremos decirle, si estamos llegando de manera eficaz, si les interesa lo que estamos diciendo.

Hablar con la gente y no frente a la gente. La programación hablada ubica a la radio como un auténtico instrumento de comunicación humana en doble vía. Tanto emisores como receptores debemos entender que la radio es un punto de encuentro y comunicación de los ciudadanos alrededor de temas de interés colectivo. A través de la participación del público se hace efectiva la función de servicio a la comunidad.

Saber medir el alcance de la palabra. La radio es el medio de comunicación más directa y quien está al frente de un micrófono debe ser consciente del impacto de sus comentarios. En la actualidad los programas hablados han crecido tal vez de manera desproporcionada y da la impresión de que cualquiera puede hablar en la radio llegando a perder el respeto al micrófono. La libertad de expresión debiera tener límites para evitar que se pueda escuchar un lenguaje deformado, exageración de alburas, insultos y vulgaridad extrema que de pronto se convierten en novedad radiofónica y que no tiene nada que ver con el propósito original de este mágico medio de comunicación. La programación hablada debe de ser muy cuidadosa con sus locutores. El universo infinito de radioescuchas merece respeto y no basta sólo con hablar en la radio sino tener algo que decir. Cualquier comunicador debe reunir tres virtudes fundamentales: Conocimiento del tema, conocimiento del lenguaje y ética para saber medir el alcance de su palabra.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Nunca cesa la búsqueda de compañía. Vivimos en la "ciudad más grande del mundo", y aunque nos cueste trabajo entenderlo, cada vez estamos más solos. Rara vez tenemos tiempo para platicar, para escuchar. Por eso es indispensable que existan programas que nos ayuden a ejercitar esa capacidad. Sin duda, la música es muy importante, pero creo que poco a poco nos hemos olvidado del verdadero sentido de la radio que es ciertamente divertir, pero también acompañar, enseñar, ayudar y sobre todo platicar, hablar. En una ciudad como México, en donde todo puede suceder, donde día a día las cosas e incluso las personas desaparecen, nos gusta saber, tener la certeza de que si sintoniza tal o cual estación vamos a encontrarnos con aquella voz que se ha convertido, poco a poco, en parte de nuestra vida, que es como un integrante más de la familia o un amigo.

No podemos amar lo que no conocemos. El hombre es un ser social, requiere de la compañía y de una comunicación permanente con su entorno y sus semejantes. La radio proporciona esa compañía durante todo el día y en cualquier lugar, es el medio que permite una relación instantánea y personal que puede informar, persuadir, entretener, proporciona cultura e incluso mueve a una acción determinada al radioescucha. Actualmente la radio se ha convertido en la compañía por excelencia y los conductores en amigos personales. Por ello el conductor debe tener una gran responsabilidad y honestidad, ser receptivo y sensible para realizar su labor.

Lograr una compañía entre quien hace el programa y quien lo escucha. La radio hablada y la participación del público hace que la radio sea un verdadero medio de comunicación. La radio es compañía y tiene el encanto de que quien la escucha está participando de una charla que lo involucra. Todos necesitamos ser escuchados, tener una tribuna para expresar nuestras ideas. La radio ofrece esa posibilidad. La radio hablada es la radio viva, de contenido, participativa, informativa. La radio invita a pensar, a reflexionar, a cuestionarse, crear, aportar, compartir.

Los radioescuchas son realmente colaboradores muy activos en las cabinas radiofónicas. Las personas a través de la palabra se han apropiado del medio radiofónico. Es importante para el público saber que la radio no solamente sirve para darle entretenimiento y darle informaciones sino también sirve para reflejar a través de su voz las consecuencias que tienen en su vida privada, en su vida particular, en su

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

vida doméstica y de trabajo las decisiones que se toman en los altos círculos del poder. Es importante que los ciudadanos sepan, entiendan y sientan que su voz es valiosa, que tiene un espacio y por lo tanto, es una voz respetada.

3.3.1 LA DIFUSION DE UNA COMUNIDAD DE IMÁGENES, VALORES Y COMPORTAMIENTOS

En el tejido social se trenzan las relaciones de la vida diaria conforme los patrones que fijan las imágenes, las normas y los valores que cimientan a las comunidades estables y trascendentes. Normalmente, su trama es densa y apretada, y aun cuando la superficie del tejido sea accidentada y desigual está arraigada en el suelo profundo y homogéneo de una cultura común. No obstante su fortaleza, la continuidad de estas comunidades y el entramado del tejido social puede verse amenazados por el impacto de crisis económicas y rupturas políticas, cuya repetición o magnitud puede ocasionar agudas contrariedades y dolorosos desgarramientos. En estas circunstancias los medios pueden jugar un papel invaluable como agentes capaces de contrarrestar los efectos fragmentadores de situaciones de este tipo, difundiendo imágenes y mensajes reconocibles para la mayoría de la sociedad, y que, en consecuencia, se convierten en un referente común y en una experiencia compartida.

Desde esta perspectiva, la radio en México también ha cumplido una función integradora que ha reducido el impacto desintegrador de la diversificación social que ha acarreado la modernización del país en el último cuarto de siglo. Gracias a la radio, comunidades pequeñas pueden suplir carencias de comunicación que están resueltas en las grandes ciudades; pero también es indiscutible que en la actualidad los mexicanos sabemos más que antes cómo viven otros mexicanos y qué les ocurre. La radio ha sido un sustento en la construcción de la comunidad imaginaria que es la nación.

La diversificación social es la primera causa de la creciente heterogeneidad de la sociedad mexicana. Puede ser fuente de riqueza y reflejo de la democratización; sin embargo, en México ha sido primordialmente efecto de la profundización del contraste entre riqueza y miseria, ha contribuido a afianzar las desigualdades a través de un

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

proceso de segregación social que se produce de manera predominante en las ciudades y que agrupa a los mexicanos según su ingreso por barrios, colonias, fraccionamientos, a cada uno de los cuales corresponden sus propias escuelas, centros comerciales y lugares de trabajo y de entrenamiento. De esta suerte en las últimas décadas los grupos de ingreso han tendido a territorializarse. Cada pequeña comunidad se mira a sí misma y a los suyos como una patria más importante y más querida que la grande, y ve con desconfianza a las demás. La radio puede ser crucial para prevenir la desintegración del tejido social, pues es el vehículo eficaz de un lenguaje común, que es uno de los remedios vitales a este devastador mal. La información y los mensajes que transmite el radio son los mismos para todos, ofrecen un lenguaje común que desconoce las fronteras entre las clases sociales, los desniveles educativos, llega por igual a todos los grupos de edad y de ocupación, a regiones y etnias.

La diferenciación social es uno de los desafíos que enfrentan la estabilidad de todo sistema político, pues las fracturas pueden provocar una fragmentación insuperable y plagada de antagonismos y conflictos. Por esta razón la construcción de todo proyecto político de largo plazo supone la existencia de una comunidad que sea la base de una homogeneidad política mínima. Esta condición adquiere proporciones de urgencia en situaciones de deterioro económico que agravan las diferencias entre las clases; y si además este proceso coincide con el desmantelamiento de referentes políticos tradicionales como ha ocurrido en México en los últimos veinticinco años, entonces desaparecen todas las defensas frente a la amenaza de desintegración del tejido social. La radio fue vista como agente de unidad nacional y homogeneización política desde su establecimiento en México. De ahí que fuera utilizado por las autoridades gubernamentales para difundir una comunidad de imágenes y valores, que por ejemplo, le permitieran a los yucatecos identificarse como mexicanos con los bajacalifornianos o los sinaloenses, y compartir nociones respecto a cuál podía ser el futuro del país. A pesar de que los programas emitidos en cadena nacional han caído en desuso, la importancia de que México sea también una comunidad imaginaria no ha desaparecido. Solamente se han modificado los contenidos de ese universo.

En nuestro país, el funcionamiento de la radio se ha apegado a un modelo en el que el manejo del medio se considera como campo natural del sector privado y en el cual el

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Estado ha participado de una manera minoritaria. Es necesario señalar que, si bien el Estado participa actualmente de forma secundaria en la radio nacional con respecto al sector privado, esta situación arranca desde el surgimiento del medio, cuando los primeros logros radiofónicos captaron el interés de los grupos económicos preponderantes del país por implantar el modelo de radiofonía comercial existente en los Estados Unidos (en este punto cabe señalar que, tanto la tecnología como los tipos de programación radiofónica surgieron primero en los Estados Unidos que en nuestro país).

Si los países dependientes sufren la dominación imperial sin importar la lejanía de las grandes potencias, en México, con una extensa frontera con los Estados Unidos, la influencia norteamericana se extiende a diversos ámbitos de la vida nacional. Así, la influencia yanqui ha sido también de trascendencia para el desarrollo de la radio nacional y proviene de las grandes corporaciones financieras de esa nación, que tienen bajo su control las industrias radiofónica, televisiva y de telecomunicación.

3.4 LA RADIO Y LA DESCENTRALIZACIÓN DEL PODER Y LA INFLUENCIA CULTURAL

Tal vez uno de los cambios menos perceptibles que ha ocurrido en la cultura mexicana haya sido la descentralización de la estructura del poder y la influencia en este terreno. Durante siglos la preponderancia política y económica de la capital de la república se extendía, casi naturalmente, al terreno del conocimiento, de la cultura, del arte y de la formación de opinión. De manera inevitable, la liberalización que se ha producido en México en los últimos años también ha propiciado el relajamiento del apretado control de las élites culturales, establecidas casi exclusivamente en el Distrito Federal. La democracia supone la diversificación de las fuentes del poder. En los últimos veinte años se han desarrollado capitales de estados y ciudades medias que compiten con la capital del país por recursos, pero también en capacidad económica, generación de empleos, crecimiento de la población por migración y, por consiguiente, vitalidad cultural. En el proceso se han venido formando regiones que muestran un gran dinamismo, que tienen como cabecera ciudades como Monterrey, Guadalajara, León,

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Tijuana, Jalapa que han impulsado la construcción de centros de enseñanza superior donde se forman nuevas élites, grupos de poder y de influencia que ya no dependen del Distrito Federal y que defienden identidades e intereses también regionales.

La radio tampoco se ha mantenido al margen de este proceso, que ha sido también una fuente de enriquecimiento de la sociedad mexicana. Desde finales de los años sesenta el cuadrante de la radio en el Distrito Federal no se ha modificado con nuevas adiciones; pero en los estados la historia es muy distinta, pues desde mediados de los años ochenta se registró una verdadera explosión radiofónica en el interior del país, y en estados como Aguascalientes, Durango, Querétaro y Quintana Roo, el número de estaciones de radio se multiplicó de manera muy acelerada. Con ellas aparecieron comentaristas, reporteros, periodistas, formadores de opinión cuya influencia en su entorno inmediato es probablemente superior a la que pudieran tener las voces que desde la Ciudad de México ofrecían visiones muy de la ciudad de México de lo que ocurría en el país y a veces en las mismas comunidades del interior que las escuchaban.

La radio ha cumplido en México tareas vitales para el cambio y también para la conservación. Contrariamente a lo que se pensaba cuando apareció la televisión o se extendió la música grabada, la radio no ha sido desplazada por los medios visuales ni por la modernización tecnológica.

LA RADIO HOY: Le ofrece el alcance ideal para impactar a los habitantes del Valle de México a lo largo de todos los días del año.

Las frecuencias comerciales de la Radio del Distrito Federal ofrecen una programación enfocada a atender las necesidades de información y entretenimiento de los más diversos segmentos de nuestra sociedad.

La radio es el medio preferido por los habitantes de la gran Ciudad de México, circunstancia que lo convierte en un medio de gran efectividad publicitaria.

Estos datos están basados en el estudio de audiencia que realiza IBOPE / AGB y se refieren al promedio diario de escucha de 1998.

43,119,242 personas integran el Alcance Acumulado Promedio Diario de la Radio del Valle de México, considerando el periodo de lunes a domingo.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

44,095,700 personas es el total de Audiencia Acumulada Promedio Diaria de la Radio del Distrito Federal tomando como base el período de escucha de lunes a viernes.

40,910,300 personas constituyen la Audiencia Acumulada Promedio Diaria de la Radio de la Ciudad de México durante los sábados y domingos de 1998.

La audiencia de fines de semana es sólo un inferior a la audiencia de la Radio durante la semana laboral. 7.22 %.

La radio es el medio que siempre le acompaña, es el más creativo, flexible, oportuno, imaginativo y rentable, además, permite una comunicación, instantánea y personal con su público a cualquier hora y en cualquier lugar.

Ya sea como medio de información o publicitario, sólo la Radio puede ofrecerte la rapidez, eficacia y agilidad que se necesita para informar oportunamente, vender un producto o transmitir un mensaje de tipo social a la población.

La radio ocupa un lugar importante en nuestra sociedad, pues no sólo es un medio de comunicación inmediato, entretenido y oportuno, sino que también destaca por su efectividad en la difusión de mensajes publicitarios. La Radio posee entre sus características fundamentales la segmentación del auditorio, con el cual cada mensaje llega a un público específico que reconoce y acepta la comunicación recibida.

3.5 EL APROVECHAMIENTO DIDÁCTICO DE LA RADIO

Nadie, a estas alluras, pretende descubrir el gran servicio que la radio ha prestado a la difusión cultural y, más concretamente, a la enseñanza a distancia. Los archivos de los organismos internacionales dedicados a la educación disponen de un amplio historial de ejemplos de alfabetización, educación de adultos, programas de desarrollo económico para zonas rurales, programas religiosos, sanitarios, etc. De hecho la radio ha sido, durante años, el único contacto de amplias zonas de la geografía deprimida con el mundo exterior.

También en países desarrollados la radio ha servido, y sirve, para cursos de educación a distancia, enseñanza de idiomas y hasta carreras universitarias.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Dos parámetros nos sitúan la conveniencia del aprovechamiento didáctico de la radio: El primero, que la educación es básicamente comunicación. El aprendizaje de hábitos y contenidos, la asunción de códigos de conducta, el progreso en el desarrollo de las potencialidades propias, los consigue el menor recibiendo y expresando mensajes. De la calidad de ese intercambio depende el proceso evolutivo.

El segundo, que cada día en mayor medida el "aprendiz" recibe su información por canales ajenos a los tradicionales: la familia y la escuela.

Los educadores saben muy bien que no hay aprendizaje sin estímulo. Desde las primeras semanas de vida el feto recibe informaciones a través del sonido: el latido del corazón de la madre, su voz, la voz del padre, van grabando con carácter indeleble las referencias concretas del futuro ser. Después del nacimiento será la voz de la madre su mejor sosiego y el canal por el que le llegarán las primeras pautas para incorporarse a la vida. Y posteriormente, el entorno sonoro le ofrecerá puntos de referencia para configurar su medio ambiente. Es el estímulo del sonido cuando aún se le escapan los contornos de su universo particular.

Con el tiempo, el menor preferentemente si habita un medio urbano verá crecer ese entorno sonoro hasta sufrir límites de verdadera contaminación: se despertará por el zumbido de un reloj, producirá y soportará desde los ruidos domésticos hasta los vitorios de la llamada "sociedad industrial", e inclusive sus juegos vendrán condicionados por el estímulo sonoro que pretende captar la atención para el consumo de artilugios cada vez más sofisticados. Al lado de todo ello, sin embargo, el sistema educativo no ha abordado una educación del sonido: la precariedad de la educación musical, todavía hoy, es un ejemplo suficientemente elocuente. Los pedagogos preocupados por este ámbito insisten en la importancia de la educación del silencio para llegar a un conocimiento técnico del sonido, de la misma forma que el educando adquiere los conceptos de forma, color, volumen u otros códigos de lenguaje. La importancia de la formación en el campo comunicativo, pues, se nos muestra sustancial; sus implicaciones psicológicas de despegue del ego, de capacidad de relación, de dominio del lenguaje y otros, así lo avalan.

Y por lo que se refiere al acopio de información, hace tiempo que los docentes se han resignado a perder su papel preponderante en la transmisión de conocimientos. La

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

influencia del medio académico en la formación del menor y del muchacho va, para algunos autores, por el 20% del total como media, y al final de la escolarización alcanza niveles mínimos. La familia y, en concreto, la sociedad que lo envuelve copan el porcentaje restante. Pues bien, esa sociedad se expresa a través de medios de comunicación, de tal suerte que éstos devienen una escuela paralela con elementos positivos, pero también con riesgos incontrolables. Los mass - media inciden con persistencia en los esquemas mentales condicionando actitudes y expresiones, hábitos y escalas de valores. Y el menor lo recibe de forma pasiva, pues aún suponiendo la bondad del producto, éste ha sido realizada por alguien ajeno, y al receptor sólo le queda aceptar y por tanto asimilar o rechazar. Esa capacidad de discernimiento es un reto que el sistema educativo, necesariamente, debe fomentar.

Con el paso del tiempo la situación se va polarizando. La sofisticación de los sistemas de penetración de mensajes anuncian, por ejemplo, una uniformidad en el lenguaje que, ineludiblemente, será fruto de la irrupción de la electrónica. La escuela no puede permanecer de espaldas a ese fenómeno. Un reto que, por lo que se refiere a la radio en concreto, sigue sin aparecer en los presupuestos programáticos de la Administración educativa, cuando curiosamente sí que se contempla la posibilidad de trabajar el lenguaje fílmico, o la introducción del periódico en la escuela tiene ya una larga tradición.

Partiendo entonces de la base de complementariedad de los medios de comunicación, la respuesta educativa también debería ser interdisciplinaria: si la sociedad se expresa por medios diversos, el alumno debe conocerlos, posicionarse ante ellos y utilizarlos en su beneficio. Como materia a estudiar y como recurso pedagógico, pues, los medios son "objetos" escolares.

Entre los ámbitos que fácilmente surgen a la iniciativa docente al pensar en el uso de la radio como instrumento educativo, tiene un lugar prioritario el trabajo de la lengua. La educación del sonido y la expresión son tan fundamentales, la radio rinde excelentes servicios en ese campo. Desde el aprendizaje de la voz, hasta la defensa de las lenguas minoritarias que en determinadas comunidades luchan por subsistir, pasando por el dominio de los mecanismos comunicacionales de expresión, lectura, dicción,

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

entonación estructura mental del mensaje, etcétera, el educador dispone de un amplio campo donde aplicar la técnica radiofónica como material didáctico.

Y en una dimensión más educativamente ambiciosa, la de la formación humana, la posibilidad de la aplicación de los medios de comunicación a la escuela pasa por el análisis de contenidos y su crítica posterior. Una escasa programación infantil y juvenil en la radio, abocada a la manipulación comercial, nos da material suficiente para la desmitificación y la moraleja. La indiscriminación del mensaje radiofónico, por otro lado, convierte a toda la oferta radiofónica en materia a analizar, dado que toda ella puede ser captada por el educando.

Estas sugerencias perspectivas para el educador han quedado rebasadas por el descubrimiento de muchos docentes que han encontrado en la radio un nuevo instrumento metodológico: la destrucción de la actitud pasiva mencionada anteriormente por un pase a la acción. No se trata de utilizar ya la radio como vehículo de material académico caso de la escuela a distancia o de al currículo incorporarla como fuente de información a criticar. Muchos profesores han llegado más allá y han añadido a la pizarra y al bloc un micrófono. Se han convencido que "haciendo radio" se hacía clase. La sugerencia de un radioaficionado, la reconversión de un boletín un escasa incidencia o la programación de un taller "diferente" en una semana cultural, han dado lugar a la creación de pequeñas emisoras en los centros escolares que, si bien en un principio han servido sólo para juego mimético de quehaceres famosos o de caja de resonancia de otras actividades más consolidadas, con el tiempo se han convertido en excelentes herramientas didácticas: el acercamiento al entorno sobre todo en zonas rurales, el descubrimiento de la geografía y la historia más cercanas, la relación con instituciones y personajes, la búsqueda de los medios necesarios para conseguir un objetivo, al trabajo en equipo, la programación la creatividad, el respeto a la audiencia, el ejercicio de la libertad de expresión, etcétera, son pautas con beneficios inmediatos a decir de los propios docentes. Y además sin constituir actividad "paralela" o juguete esporádico, porque una emisora en la escuela sirve también como cedazo por donde canalizar las disciplinas convencionales: para redactar un informativo conviene desmenuzar las pistas que ofrecen las Ciencias Sociales siguiendo las directrices que da la Lengua, tanto en su aspecto literario como oral; un espacio musical

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

se construirá en base a la teoría y a la práctica trabajadas en la clase correspondiente; y si la imaginación no nos falta, la Matemáticas aparecerán en concursos o competiciones.

Y todo ello, instantáneamente, sin impresión, sin encuadernación, sin distribución. Porque la radio es sencilla y es inmediata. El alumno participa y no tiene que esperar a un proceso de elaboración complejo que lo aleje de su obra : el menor no sabe de paciencias. El alumno, a poco que el profesor sepa ejercer su papel y dé paso a la iniciativa y a la creatividad, se sabe protagonista de una obra cuya confección viene primada por la sincronía, es atrayente porque es fugaz y es arriesgada, ya que a pesar de su invisibilidad incide en el entorno cercano. La radio sigue siendo mágica y el muchacho lo aprecia. Las experiencias ya en rodaje saben de revulsivos para edades conflictivas. La falta de participación del estamento juvenil en las cuestiones sociales, por ejemplo, es causa de frustración y desesperanza. Pues bien, programas juveniles, preparados y realizados por jóvenes, con temas de su ámbito y su interés, han sacudido más de dos apatías. Cursos finales que sufrían de la abulia de un futuro inmediato incierto y de la falta de estímulo que representa el abandono del centro, han visto cómo los alumnos se dolían ante la posibilidad de dejar "su" emisora. Ellos saben que no se trata de competir, sino de dominar los mecanismos del medio y "hacer", simplemente. Saber que son capaces de crear. Demostrar que su universo particular, sus centros de interés, no son sólo "manías de adolescentes".

Algunas escuelas, por precariedad de medios humanos o técnicos, o por temores legales, han reducido el uso de la radio a la producción de programas sin emitir. Con todo lo que de mutilación de posibilidades representa, la solución sigue obteniendo frutos apreciables: los alumnos continúan pateándose bibliotecas y hemerotecas, analizando y comparando informaciones, seleccionando músicas, redactando y leyendo, montando y comentando .

Para los docentes pusilánimes, no obstante, conviene recordarles que existe también la fórmula de colaboración con emisoras legales. Partiendo de unos presupuestos pedagógicos y funcionales claros, no es difícil conseguir un espacio periódico, sobre todo en emisoras locales que favorecen la participación de las instituciones más cercanas.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Sin que esta salida sea excluyente de otras, porque también convendría plantear a las autoridades administrativas la incongruencia legal que representa el reparto del espacio radioeléctrico. Si bien es lógico que la "autopista de las ondas" está convenientemente señalizada, en la misma medida es injusto que la circulación por ella esté reservada a los poderosos grupos de presión sociales o políticos. No parece, por lo menos para el lego en los recursos del Derecho, excesivamente difícil dar cobertura legal a emisoras cuyo objetivo y pretensiones de potencia se hallan en el ámbito escolar. La concesión de una cadena para fines educativos, en la que participasen desde Universidades hasta Escuelas de Adultos, podría permitir la producción propia y el intercambio de recursos y experiencia. Se trata, pues, más de una voluntad política que de una dificultad técnica o legal.

El miedo de los responsables pedagógicos, no obstante, no responden en ocasiones tanto a la complejidad del invento o a su cobertura legal como a su propia incapacidad de innovación. La introducción de la técnica radiofónica en las aulas obliga a un replanteamiento de la metodología empleada, exige del docente una programación clara de los objetivos a conseguir y los medios a utilizar, impone un trabajo complementario cuyos gratificantes resultados no ahorran el esfuerzo que comportan. Sin un compromiso claro, del docente, por tanto, no es posible la adopción de la radio como instrumento didáctico. Ello nos lleva a plantear la duda sobre la propia formación del profesorado. No pueden continuar ausentes de los programas de Facultades y Escuelas Universitarias las amplias posibilidades educativas de los medios de comunicación. Y para ello se impone una estrecha colaboración con los profesionales de esos medios. De tal vinculación, sin duda, se deducirán frutos mutuos, ya que el periodista, en muy contadas ocasiones, conoce poco más de la escuela que su propia experiencia infantil. Desgraciadamente el mundo de la educación suele ser noticia únicamente cuando va vinculando al suceso, al escándalo o a la utilización política. Grupos mixtos de investigación bajo el denominador común de la información y la educación darían, a no dudarlo, un excelente juego. Una colaboración que, ya el maestro en las aulas, podría continuar mediante la relación con otros profesionales de cada medio que podrían actuar como monitores de la técnica en cuestión.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

De esa formación del profesor una precaución surgirá con garantías: lo importante es el proyecto educativo, no el medio utilizado. La golosina de la radio puede inducir a la solución fácil: al mimetismo efectista. No se trata de asemejarse a nada. Ni la emisora debe competir con otras estaciones de ámbitos y pretensiones bien distintas, ni los programas han de buscar la perfección estética, ni sus realizadores han de aferrarse a los modelos de la radio profesional para perseguir un seudodivismo. Lo importante es el alumno, su expresión y su trabajo para conseguir un producto digno.

La radio única técnica de comunicación avanzada que se ha incorporado realmente al Tercer Mundo, se ha expandido y culturizado ampliamente por todos los países donde las condiciones lo han permitido. Nos parece que este medio casi universal de difusión se ha puesto a contribución de los fines educativos de modo insuficiente. Parece como si a menudo se hubieran obnubilado a este respecto por la eficacia superior atribuida a otros medios, que presentan, sin embargo, el gran inconveniente, comparado con la radio, de no poder conocer, sino después de mucho tiempo, una difusión tan amplia. Con la miniaturización y la transistorización, permiten costos muy bajos y aseguran una fiabilidad suficiente, en todos los climas, la radio está llamada a revelarse cada día más como un instrumento especialmente bien adaptado a culturas fundadas en la transmisión oral y los valores no escritos.

Los periódicos tienen, a mi modo de ver, una circunstancia atenuante: no hacen ruido. Su falta de interés es silenciosa; es posible ignorarlos, tirarlos a la basura. La falta de interés de la radio no tiene estas circunstancias atenuantes; nos persigue en los cafés, en los restaurantes, hasta en los trenes, e incluso cuando visitas gente que ya no sabe vivir sin una constante alimentación de sus oídos. (Kaplun, 1994:55).

Billboard hace 75 años descubrió ya que la música para consumo de gente joven era algo más importante que un simple pasatiempo. En una segunda época comenzaron a aparecer en los países de habla inglesa, es decir, Inglaterra y USA fundamentalmente, los primeros medios de comunicación basados en noticias y comentarios musicales para consumo de la gente joven. Hoy, en aquellos países, ese tipo de prensa alcanza unas dimensiones de gran industria de la comunicación. Hasta tal punto es cierto esto que periódicos como Rollingstone, Melody Maker, Record World, New Musical Express

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

o Disc and Music Echo, en muchos casos rebasan en una sola tirada cualquier tirada de periódico español de difusión estatal. Es más, un periódico como Rollingstone o Melody Maker cuadruplica la tirada de nuestros diarios nacionales... y ésta es prensa hecha por gente joven para gente joven. Ello quiere decir que hay una gran masa que se alimenta de este tipo de cultura y, por tanto, piensa y siente como lo hacen los artistas que constituyen su repertorio habitual.

Paralelamente a esta industria de prensa, los jóvenes fueron ocupándose de otros medios de comunicación, como la televisión o la radio, sobre todo la radio, que pudo contar con disc - jockeys jóvenes que entendían de qué iba la cuestión y, por tanto, podían hablar en un idioma inteligente a los demás jóvenes. En principio, si la gente joven fue admitida en la radio no fue por razones de cultura, sino por razones económicas, porque los jóvenes hacían más rentables los programas.

El modo de presentar a la mujer en los medios de comunicación y en su participación en ellos. Su valoración del concepto de la mujer que los mass - media tienen y proyectan, no pueden ser más desconsoladora. He aquí un párrafo:

En conjunto, se puede decir que el trato que dan a la mujer los medios de comunicación social es muy menguado, por emplear un eufemismo. En el cine, la prensa, la radio y la televisión, es característico que las actividades que interesan a las mujeres no vayan más allá de los límites de la casa y la familia. Al considerarlas esencialmente como personas que dependen de otras y como seres románticos rara vez se presentan a las mujeres como personas racionales, activas o decididas. A la vez, como personas de los materiales de ficción y como fuente de noticias en la prensa y en la radiodifusión, las mujeres están numéricamente sobre presentadas, lo cual destaca su condición marginal e inferior en muchos campos de la vida social, económica y cultural. Según los valores que predominan en el mundo de las noticias, la mayoría de las mujeres, y la mayoría de sus problemas, no tienen interés como tales noticias, y esencialmente en ese mundo de las noticias sólo se acepta a las mujeres como madres, esposas o hijas de los hombres; por derecho propio, solamente salen en los titulares cuando se trata de mujeres elegantes o de artistas. Una gran parte de la publicidad de los medios de comunicación social destinados a las mujeres como consumidoras adopta un tono condescendiente y tiene una intención manipuladora como "anzuelo" a través del cual

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

se hace publicidad de los productos, se presenta a las mujeres en función de su sexualidad y de su aspecto físico.

Un factor intrínseco, prácticamente en toda imagen de la mujer en los medios de comunicación social si bien tiene características diferentes de un país a otro, es un motivo dicotómico que las define como totalmente buenas o totalmente malas, madres o prostitutas, vírgenes o mancilladas, e incluso tradicionales o modernas".

3.6 TIPOS DE PROGRAMAS

Si partimos de la idea que la radio es la mezcla de sonidos transmitidos por ondas, convendremos que el contenido de la emisión dependerá únicamente de la prelación e importancia que debemos a cada uno de esos sonidos. El planeamiento de intereses previo a esa determinación vendrá dado por las circunstancias de cada entidad radiofónica.

Lo que habitualmente se entiende por programación es el producto global que una emisora ofrece en un, espacio de tiempo. Esta suele ser semanal, con unos espacios fijos y otros variables. La variabilidad también obedece a estructuras relativas, si bien suele hacerse una programación fija de lunes a viernes y, otra, sábados y domingos. No obstante y siempre dentro de la flexibilidad apuntada, encontramos también espacios permanentes durante los siete días de la semana y otros que cambian cada día.

Según las circunstancias sociales, económicas, políticas y otras, los responsables últimos de lo que sale al aire se plantearán las características del producto. Desde emisoras especializadas en un tipo concreto de música y sin apenas palabras hasta las institucionales dependientes de la organización política, podemos encontrar las comerciales que cultivan todos los géneros, las dedicadas a la información y a la música, las juveniles, las educativas, etc. Sea como fuere, estos planteamientos se traducen en programas concretos que, globalmente, dibujarán la imagen de la emisora. Podremos encontrar diversos tipos de programas. Partiendo de la idea que es difícil hallar la fórmula químicamente pura, podemos establecer una clasificación, no obstante, suficientemente funcional.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

•Informativos

La regularización de las programaciones hizo en su momento que el carácter informativo de la radio no se dejase al albur de las circunstancias que convertía un hecho en noticiable . Partiendo de esa urgencia sustancial al medio y a la noticia, ésta se puede ofrecer de las formas siguientes:

Flash informativo. Es la noticia desnuda lanzada al aire tan pronto como es conocida. Ello comporta la interrupción de la programación que en esos momentos se está emitiendo, por lo que se le supone una importancia fundamental. Un abuso del procedimiento devaluaría la propia credibilidad del *flash* .

Normalmente la deontología y la experiencia profesional dan argumentos suficientes para juzgar cuál es el momento oportuno de lanzar a la antena la información que se posee. En todo caso se avisa al oyente que los datos concretos se dan con cautela y se le emplaza a permanecer atento al receptor o a otros servicios informativos concretos, donde se le puntualizará y en su caso rectificará aquellos aspectos confusos.

Boletín horario. Es la cita permanente con la actualidad. Cada cierto período de tiempo y con absoluta puntualidad la emisora explica a sus oyentes en 4 o 5 minutos qué informaciones han llegado a la redacción.

Existen diversos tipos de boletín. Unos recogen únicamente la información que se ha producido desde el último servicio radiado, otros encabezan con las noticias más importantes del día (y no las varían hasta que otras de semejante calibre las sustituyen) y siguen con noticias más secundarias; otros, en cambio, empiezan con los más urgente y nuevo, para resumir , posteriormente, los temas ya radiados.

Diario hablado. Independientemente del título que se le dé, el <<diario hablado>> subsiste en nuestras emisoras como el servicio informativo más destacado. Se programa en horas de audiencia alta y se sigue inspirando en las secciones de la prensa escrita.

La jornada laboral intensiva o los horarios complementados del pluriempleo han desmantelado los comedores familiares. La programación televisiva de primera hora de la tarde también ha mermado la audiencia por lo que el <<diario hablado de

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

sobremesa>> ha debido situar su horario con antelación a los informativos televisivos o confiar su seguimiento a la radio del coche. Al contrario, desde hace unos años las primeras horas de la mañana han visto sustituir su programación frívola y doméstica por amplios resúmenes de la actualidad de la noche y de las últimas horas del día anterior, y aún del anuncio de los acontecimientos que se espera sucedan en las próximas horas. Por la tarde, y también confiando en la escucha desde el automóvil y adelantándose a la programación televisiva de noche, las emisoras programan los diarios hablados vespertinos.

La prolongación de la actividad hasta altas horas de la noche por parte de amplios sectores de la población ha movido a los programadores a situar alrededor de medianoche un informativo resumen que recoge, con la perspectiva de las horas transcurridas, la actualidad que ha producido el día que se acaba. Hay emisoras, no obstante, que por concepto informativo o por exigencias de medios (personal de guardia en horas ímpestivas, por ejemplo), optan por cerrar los servicios informativos con una breve resumen de noche y confían la capacidad informativa a la eventualidad de un flash en la programación de madrugada.

Avance. En ocasiones, el último boletín antes de un diario hablado se dedica al anuncio de los principales temas que éste tratará. Puede limitarse a eso o a incorporar también noticias diferentes como cualquier boletín. El avance también puede programarse como espacio autónomo dentro o fuera de otro programa.

Resumen. De la misma manera que el anterior, el boletín posterior a un diario hablado puede ocuparse únicamente de los hechos más destacados tratados por éste. Para ello puede existir diversos motivos: si el diario hablado se ha programado en una hora exacta y su duración ha sido de 30 minutos (y más aún si ha sido de 60), a la hora de emitir un nuevo boletín difícilmente se ha producido un caudal informativo distinto desde entonces. Por otro lado, es de suponer que la redacción ha estado volcada en la confección del diario hablado hasta escasos minutos antes de su radiación (en ocasiones, si la noticia lo merece, aún durante el tiempo de puesta en antena se sigue

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

elaborando información); el esfuerzo empleado y el escaso margen de tiempo han podido impedir la confección de un boletín exclusivo para el siguiente servicio.

Reportaje. Dos condicionantes de signo contrario abonan esta fórmula informativa: La <<volatilidad>> del mensaje radiofónico (es sonoro, instantáneo, sometido a interferencias técnicas o circunstanciales) por un lado, y la capacidad de aportar testimonios (sobre todo desde la invención del magnetófono) por el otro, han empujado a la radio a cultivar el género del reportaje periodístico .

Es monográfico en cuanto al tema, pero acepta la inclusión de todos los recursos radiofónicos (músicas, efectos especiales, grabaciones dentro y fuera del estudio). Sin embargo su génesis se halla en la capacidad de aportar testimonios de los protagonistas del hecho informativo: La misión del reportaje es investigar y reunir todos los datos.

Debate. Si bien el género no es genuinamente radiofónico, la virtud de la instantaneidad del medio lo revaloriza, le impone una disciplina y le da credibilidad.

De hecho se trata de la transmisión de un coloquio en el cual se enfrentan diversas opiniones.

El espacio radiofónico dedicado al debate tiene asignado un tiempo determinado (generalmente largo en comparación con otros espacios). Empieza a una hora determinada y ha de finalizar, incuestionablemente , a otra también exacta. Sin embargo, las discusiones personales son capaces de prolongarse indefinidamente.

Coloquio o mesa redonda. La reunión de diversas personas para abordar un tema informativo no siempre requiere el disentimiento mutuo como punto de partida. Así como el debate se organiza en ocasiones entre dos únicos ponentes (un <<cara a cara>>, en el cual la condición inicial para participar en el programa es la concepción contraria de una misma cuestión), en el coloquio se busca más la aportación de datos diferentes desde perspectivas complementarias que el enfrentamiento entre ellas. La misión de la <<mesa redonda>> es el análisis de un hecho de actualidad en función de las circunstancias personales de los participantes (sus conocimientos científicos, su experiencia personal, un determinado cargo o responsabilidad social....)

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

El papel del moderador, en este caso, es más relajado, más cómodo y amable.

Rueda informativa. Sería una variante más <<profesional>> del abordaje colectivo de la noticia. Alrededor de una mesa del locutorio, o bien utilizando la técnica del múltiplex, diversos informadores (redactores de emisoras diferentes de una misma red, corresponsales en diversas ciudades del país o del extranjero ...) abordan un asunto o un personaje.

En ocasiones se tratará de informaciones sumadas sobre la misma temática o sobre temas diferentes; en otras, puede consistir en la utilización de otros géneros (entrevista colectiva a un personaje, debate o reflexión de un tema importante según la perspectiva de cada integrante, etc.), pero, en todo caso, siempre entre informadores.

Entrevista. Es un género respetado por el receptor de la información: el político, el actor, el científico, no tienen más remedio que responder a aquello que el ciudadano de a pie tan sólo puede acercársele a preguntar. Y además, la información que de la conversación se genera viene <<firmada>> - por el entrevistador -, mientras que otras noticias se ignoran cómo se han producido y nos llegan, únicamente, transportadas por una voz en la mayoría de los casos anónima.

La técnica de la entrevista es sutil y compleja. Habitualmente se espera que el entrevistador <<desnude>> al personaje, de obligue a mostrarse tal cual es, lejos de la afectación y teatralidad de las apariciones públicas. De hecho se produce una singular lucha en la que el aplomo, la experiencia, los conocimientos sobre el tema, la postura ideológica, los <<méritos>> o <<culpas>> sobre los hechos abordados, la capacidad verbal y discursiva, y hasta el terreno donde se juegue (no es lo mismo una entrevista en el estudio que en el despacho o en casa del personaje; no es lo mismo hacerla en directo que grabarla previamente), influyen decisivamente. La misión del informador es sonsacar de su personaje el máximo de datos posibles, aún a sabiendas que éste procurará esconder los que le sean adversos e intentará colocar el discurso que le favorezca.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Magazines. El barbarismo heredado del mundo de la prensa escrita nos da la idea de su configuración. Se trataría de un parcela de la programación que es programación en sí misma. Es decir, un tiempo de radio en el cual se mezcla diversos espacios diferentes. La combinación entre palabra y música con unas características especiales (personalidad del conductor, temática predominante, horario de emisión, tipo de público al que va dirigido) serían los únicos condicionantes. Dentro de su tiempo, el reparto de géneros quedaría al albur de la idea que lo diseñó. Sin duda, su ordenación y el equilibrio entre los elementos que lo conforman serán las claves del resultado final.

•Dramáticos

Este ha sido uno de los campos radiofónicos más castigados por la competencia que el paso del tiempo ha generado. Los medios visuales la TV fundamentalmente han conseguido un poder de captación tan superior, que el género ha pasado por verdaderos momentos de languidez. Los espacios dramáticos llegaron casi a desaparecer de las programaciones, los cuadros de actores fueron disueltos y la experimentación en ese campo se abandonó cuando en tiempos anteriores había alcanzado un grado de perfección encomiable. Sin embargo, los reflujos sociales y el hastío en el deterioro de determinados productos visuales han reverdecido el género y no es raro descubrir en los minutos actuales de las grandes cadenas producciones especialmente escritas para la radio por grandes firmas de la literatura, adaptaciones esmeradamente conseguidas por especialistas y hasta revisiones de viejos títulos que habían dormido el paso de la crisis en los estantes de los archivos sonoros.

Los creadores radiofónicos comprendieron que en los espacios dramáticos, más que en ningún otro, se aprovechan todos los elementos y recursos que el medio da: es la perfecta conjunción de palabra, música y efectos.

Para articularlo debieron aceptar, no obstante, los condicionantes de ese medio. Debieron entender que el oído no es la vista y que una audición es mucho más que un página escrita. En el guión dramático debían aparecer los elementos suficientes para crear un espacio sonoro, lo que algunos autores han denominado "arquitectura sora". Para ello contaban con la gran ventaja de la imaginación. El texto dramático puede cambiar de escenario sin ningún costo, sin problemas. El reto radica en la creación del

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

"clima", en la sugerencia del decorado, el ambiente, el vestido o el rostro de los personajes, a través del diálogo y con el auxilio de música y efectos.

•Musicales

La música es la reina de la radio. Para bien y para mal. Para bien porque de la transmisión de los primeros conciertos en los albores del invento, hasta la existencia actual de emisoras únicamente musicales, el maridaje que se ha dado por las especiales características técnicas de ambas ha convertido a la radio en el principal vehículo divulgador de todo tipo de música. Y para mal porque no siempre su utilización alcanza unos mínimos de calidad y, sobre todo, porque mayoritariamente juega el papel del recurso fácil ante la ausencia de otras iniciativas creativas o ante cualquier incidente que surja inesperadamente en la emisión.

Independientemente de su función de lenguaje radiofónico, que junto a la palabra y al resto de sonidos juega la música en la radio. La obra musical es objeto, por sí misma, de transmisión radiofónica y, como tal, es sujeto de productos bien diferenciados y contradictorios.

Así pues, y de existir fórmulas puras, podríamos estructurar los programas musicales en las categorías siguientes:

Transmisiones de conciertos, óperas y recitales. La historia de la radio empieza también por aquí y no sin cierto escepticismo por parte de algunos. En ellas se ha visto la posibilidad extensiva de los acontecimientos musicales, ya que en los conciertos se producía una endogamia cultural: sólo accedían a ellos los que tenían una cierta clase social que conllevaba un nivel cultural suficiente para su disfrute y, como consecuencia, con esa presencia ampliaban al acervo excluyente del resto. La radio, con un costo económico mínimo, ha hecho llegar a todas las capas sociales las músicas más singulares interpretadas en los lugares más remotos.

Música "en vivo" en el mismo estudio: actualmente es un género prácticamente extinguido. El mismo concepto de radio actual y las sofisticadas perfecciones conseguidas en la grabación del sonido han primado la construcción de estudios reducidos que poco tienen que ver con aquellos auténticos escenarios montados en las emisoras para ubicar orquestas cuadros de actores o actantes de los shows. En un

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

principio, sin embargo, no existía emisora que no contase con sus músicos (desde un único pianista hasta una orquesta sinfónica, pasando por el cuarteto o sexteto), y que igual ofrecían con conciertos clásicos como música bailable o ponían el contrapunto en espacios dramáticos y publicitarios.

Los programas de música grabada. La forma concreta de los programas que se nutren de grabaciones, nos podemos encontrar con los <<discos solicitados>> (tanto por el oyente como por el personaje invitado en el estudio que nos hace escuchar la música que a él le gusta), programas de interés concreta (revivals de actualidad, de géneros, de intérpretes, necrológicos, efemérides), anticonvencionales (presentador y oyentes se entregan a un juego en el que priman los estados de ánimo, el carácter, el capricho o la provocación), etcétera. De hecho, y al margen de calidades, por su tratamiento se podría englobar en dos maneras generales la presentación de los programas musicales.

Narrativos: Por un lado va la narración (una historia, unos comentarios, unas frases << de excusa>> para dar paso a la música) y por el otro los temas musicales en sí. Diríamos que se produce un mensaje paralelo. El atractivo principal radica en la persona que habla, en su particular <<liturgia>>. Se requiere, no obstante, una mínima relación entre texto y música: temática, ambiental o simplemente sociológica.

Descriptivos: En este caso el objeto principal es la música en sí. Los comentarios son el contrapunto y van ligados estrechamente al tema escuchado; son más didácticos, más divulgativos. Y el programa suele tener un nexo general más cohesionado (novedades, un estilo o tendencia concretos, un intérprete).

Diríamos que se trata de los musicales "en serio" .

Aquí el presentador, el especialista, suele aplicar técnicas particulares (hablar sobre una música que vuelve a empezar al terminar sus palabras, o hablar sobre una banda de disco y después que entre otra, utilizar un tono de voz adecuado, un lenguaje diferente...), se nota que lo que dice <<lo vive>> intensamente. Y es que el secreto de un buen programa musical está en la capacidad de implicar al oyente. La música no está programada para entretener (como el caso de las músicas ambientales tan

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

utilizadas en lugares públicos), sino para ser compartida. El presentador está pidiendo, implícitamente, la participación, del oyente. Su selección musical tiene unos destinatarios determinados y, por tanto unos motivos concretos. Aquí la música alcanza el mismo nivel comunicador que un programa de cultura o de información, no se puede "oir": se tiene que "escuchar".

•Culturales

La radio, en sí misma, es cultura; vehículo y fenómeno cultural, porque es una obra intrínseca y cotidianamente creativa y porque en la medida en que la cultura como fenómeno social necesita del intercambio, la radio como medio de comunicación, forma parte de este fenómeno colectivo.

Los modernos medios de comunicación ejercen sobre las conductas colectivas responde a esa necesidad de almacenar conceptos y alinear actitudes que el individuo tiene para poder asimilar la realidad que lo envuelve y modificarla si es capaz. Esa potencialidad creadora que es espíritu humano posee y que entendemos como cultura, se nutre de los datos que recibe a través de los medios de comunicación.

La recepción de un programa cultural requiere una aceptación previa de parte del que lo ha de escuchar. Nos hallaríamos nuevamente con el requerimiento de una atención que cualquier otro programa "de compañía" o de simple distracción no necesita.

La forma concreta y el contenido elegidos dependen ya sólo del profesional que dirija el espacio. Cualquier programa difunde algún tipo de cultura. Esto nos demuestra que si se trata de abordar el concepto clásico de cultura (arte, ciencia, pensamiento), el formato es lo de menos. Desde un informativo convencional (dedicado a las noticias culturales), hasta la transmisión de un concierto. No es lo mismo dar noticias culturales en un informativo clásico (donde se atenderán más las circunstancias sociales que rodean al hecho y que lo convierten en noticia de interés general) que hacerlo en un programa especializado. Y aún: no recibirá el mismo tratamiento una noticia pictórica en programa cultural de tipo general que en un programa de pintura.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

•De entretenimiento

Como sucede en los programas culturales, el concepto de "entretenimiento" es subjetivamente relativo. Si partimos de la idea de que el "descanso" es la variación de la actividad, convendremos que cualquier programa de radio puede entretenernos. Depende únicamente del interés que nos suscite y de su capacidad de "oxigenarnos" la mente de otras preocupaciones. Con todo, se ha entendido comúnmente como programas de entretenimiento aquellos más desenfadados o ligeros, que promueven la sonrisa o la sensación de bienestar. Y en este campo ha creado un género posteriormente copiado y potenciado por la TV: los juegos y concursos.

De hecho se ha tratado de aprovechar la larga tradición del juego del ingenio y de agilidad que el folklore ha aportado a las fiestas populares. Un baño de intelectualidad y la adaptación a los recursos del medio han bastado para convertir los juegos infantiles en concursos radiofónicos: retentiva, memoria, agilidad mental o física, desinhibición y hasta una cierta dosis de afán de protagonismo, han llevado a muchos concursantes a pasar las pruebas más inverosímiles a cambio de premios de relativo valor. Porque con el recurrido recurso del lema del barón de Coubertin, el último motivo de los concursantes, a fin de cuentas, ha estado en participar "de" la radio. Formar parte, siquiera fugazmente, del sugestivo mundo de un medio familiar y extraño, íntimo y ostentoso, capaz de potenciar pequeñas ambiciones o esconder frustraciones inconfesables, ante sí y ante los demás.

No hay que olvidar que la sensación de ridículo ajeno siempre ha sido un fácil recurso para la hilaridad o que las virtudes de los otros promueven la admiración nacida de las limitaciones propias.

La radio, por tanto, puede prestar un inapreciable auxilio de distracción y relajamiento, pero sin olvidar los mínimos de dignidad profesional y de respeto a la audiencia.

•Propagandísticos, doctrinales, benéficos

Las emisoras clandestinas, los radios libres, los equipos de campaña utilizados en las luchas guerrilleras y otros, han buscado a través de la provocación desestabilizar y perturbar el sistema político imperante. Su misión consiste, a un tiempo, en incomodar el poder y, por tanto, condicionarlo e impartir ideología a las masas a través del

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

convencimiento de que existe otra "verdad" instaurable mediante la movilización. En el caso más moderado se tratará únicamente de ofrecer una alternativa al orden comunicativo del poder establecido. La utilización de las ondas por la clase dominante cubre el resto de posibilidades desde la convencional emisora comercial hasta la gubernamental, pasando por las pertenecientes a confesiones religiosas, todas persiguen el acondicionamiento y la instauración de unas pautas de conducta. Puede ser la consumista, la de la adhesión política o la del fervor religioso, y en ocasiones varias de ellas a la vez, pero en cualquier caso no existe la programación inocua.

La propaganda y el adoctrinamiento pueden ser sutiles y utilizar las técnicas más sofisticadas de la disuasión; pueden desarrollarse en el ámbito de la libertad condicional de las democracias occidentales, o pueden ser frontal y sin disimulo como en las dictaduras de cualquier signo. Pero en todos los casos, es resultado del cálculo y del objetivo político.

•Infantiles, juveniles, femeninos

En un afán de acotar más la audiencia, las emisoras han creado espacios diferenciados: para los niños, para los jóvenes, para la mujer... A pesar de ello, en ninguno de los tres apartados, y salvo honrosas excepciones, el balance es excesivamente brillante.

En la radio comercial, por ejemplo, se suele utilizar al niño como comprobador potencial, como consumidor o como inductor de los adultos a esa misma adquisición. Consecuentemente, los programadores caen en la cuenta de que el niño existe cuando se acerca una fecha golosamente comercial ("Reyes", la "Vuelta al Colegio", el "Día del Padre", el "Día de la Madre". Ante una ocasión, publicitarios y radiofonistas crean espacios con el único objetivo de canalizar los mensajes de venta. La excusa de forma será un concurso de redacción, de dibujo, de adivinanzas o una competición deportiva. Los objetivos formativos o simplemente lúdicos suelen quedar relegados a un segundo plano.

Otra característica de muchos programas infantiles es la tendencia a entender al niño como un adulto disminuido, un proyecto imperfecto de hombre o de mujer. Así se le trata por antena con un ñoño paternalismo partiendo del supuesto que únicamente

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

puede hablar de cómo le va el colegio, cuál es su equipo de fútbol favorito, el nombre de sus muñecas si es niño sus juegos predilectos. Esta práctica convierte muchos espacios en desfiles de pequeños monstruos que prometen ser avispados adultos "el día de mañana".

Todo aquello nos evidencia que un programa infantil como una novela, un film o una obra de teatro dirigidas a las primeras edades es uno de los géneros más difíciles en la profesión. Y quizás sea así y esta sería la tercera constante porque existen escasos profesionales preparados realmente para realizar tal tipo de espacios. Hombres y mujeres capaces de despertar el capital creativo de la mente infantil y potenciar su aptitud lúdica dispuestos a ceder ante el protagonismo del niño y a darle instrumentos suficientes de participación. La sensibilización ante el mundo infantil necesitaría quizás de una formación cercana a la de los animadores, los pedagogos o los autores de cuentos y canciones. Y no es que pretendamos confundir los programas infantiles con la radio escolar (defecto también reiterado en algunas programaciones), sino que el niño, como el adulto, requiere de la radio una atención y un servicio que ésta no le puede hurtar. Sobre todo pensando que, dada la indefensión del menor, la realización por parte del hombre de radio de subproductos impensables para otros públicos entra en conflicto incluso con el terreno de la ética.

Voy a dar comienzo al apartado de datos de recepción radiofónica para después poder verificar los datos de esta parte con la información que arrojo el grupo de discusión y así sea una información mas confiable, para esto es importante mencionar que los folletos de donde se sacaron estas estadísticas son las siguientes fuentes: Nielsen, INEGI, Agencia Augusto Elías, IBOPE AGB de radio, AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación), El Comité de Investigación y Estudios de la A.R.D.F., INRA Mexicana, Moctezuma y Asociados.

3.7 DATOS DE RECEPCION RADIOFONICA

En el D. F . y área metropolitana viven poco más de 18 millones de habitantes.

Mujeres	51%
Hombres	49%

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Menor de 25 años	64%
Personas por hogar	5.5%
Hogares con Radio	99%

La efectividad de la radio, estudio de exposición a la radio en medios de transporte:

El Comité de Investigación y Estudios realizó un estudio que permitiera conocer el perfil y los hábitos de exposición del radioescucha en medios de transporte público y privado. El trabajo de campo se llevó a cabo durante el segundo trimestre de 1993 y los resultados fueron dados a conocer en un evento especial celebrado el primero de diciembre de ese mismo año.

Los resultados más relevantes del estudio, contenidos en el folleto titulado La Radio, Un negocio en movimiento, son los siguientes:

El parque vehicular de la Ciudad de México es de 2,679,169 unidades, de las cuales el 82% posee Radio. De los 2,460,600 automóviles particulares que existen, el 91% cuenta con Radio; asimismo, el 90% de los 59,888 taxis posee un aparato receptor; el 88% de las 31,149 combis y microbuses cuenta con Radio y, por las características de su operación, el 60% de los 119,192 camiones de transporte de carga poseen un receptor de Radio.

Diariamente se desplazan por la Ciudad de México un total de 5,529,700 personas por algún medio de transporte y, de ellas, 3,269,000 escuchan Radio todos los días durante su traslado. En promedio, cada persona realiza un total de 2.4 viajes por día, empleando para ello 1.41 horas.

Los resultados del estudio son todavía más sorprendentes si consideramos los tiempos de exposición a la Radio en cada uno de los diferentes medios de transporte. Así, en los vehículos particulares se escucha la Radio un promedio de 1.25 horas al día, con un tiempo promedio de viaje de 1.36 horas; en el caso del transporte de carga, sus conductores se exponen 5.40 horas a la Radio, de un promedio de 9.27 horas de trabajo.

En el caso de los taxis, sus conductores sintonizan alguna estación durante 7.41 horas, de las 11.47 horas en que circulan por la Ciudad de México, y en el de las combis y

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

microbuses se escucha la Radio 7.14 horas de un total de 12.28 horas. Es importante señalar que en los dos últimos casos, la alta rotación de pasajeros permite que estos se conviertan en radioescuchas cautivos de la Radio al transportarse por cualquiera de esos medios.

Este estudio forma parte de una estrategia mucho más directa de promoción de la Radio entre los clientes del medio, y en la que se ha probado que la contratación del medio Radio incrementa sustancialmente el número de impactos, la frecuencia y el alcance de las campañas publicitarias, lo cual permite disminuir el costo por millar e incluso la inversión publicitaria total. La clave está, sencillamente, en utilizar más eficientemente las cualidades de cada medio de comunicación y, sobre todo, en aprovechar la segmentación e inmediatez que ofrece la Radio.

Los estudios sindicatos que presentan mensualmente información de Ratings, indican que la Radio llega al 92.2% de la población y la T. V. al 71%.

3.7.1 ESTUDIO DE HABITOS DE EXPOSICIÓN A LA RADIO, COMPRA Y CONSUMO

En colaboración con la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, se llevó a cabo un estudio para conocer la manera en que se relaciona el hábito de exposición a la Radio y los hábitos de compra y consumo de los habitantes de la Ciudad de México.

El estudio fue realizado en agosto de 1993 y entre los principales resultados arroja los siguientes: el 95.4% de las personas acostumbra escuchar Radio y el 91.5% respondió que escucha Radio cualquier día de la semana. El 45% de las personas cuenta con radio portátil y el promedio de Radios por hogar es de 5.

Estos datos contenidos en un folleto especial, se correlacionan con la compra de electrodomésticos, bebidas, herramientas eléctricas, muebles, producto de higiene y belleza, así como los hábitos de turismo, deportes y uso de servicios bancarios.

Estudios de Audiencia: Uno de los objetivos más importantes de la Radio es ofrecer información confiable sobre los niveles de audiencia de las estaciones de la Ciudad de México. En cumplimiento a las políticas establecidas, este tipo de estudios no pueden ser patrocinados por la Asociación. Sin embargo, la ARDF realiza un importante trabajo

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

de coordinación entre todos los grupos radiofónicos, a fin de mejorar constantemente el tipo de información que se ofrece a los publicistas y anunciantes.

Entre las acciones emprendidas se encuentran dos que merecen destacarse: el incremento en los niveles de audiencia de la Radio y el surgimiento de una segunda fuente de información en la Ciudad de México.

La Asociación solicitó a la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional Autónoma de México que evaluara la metodología del Mediómetro Radio y del Estudio Coincidental de Automóviles realizados por INRA Mexicana. Como resultado de su análisis, se llegó a la conclusión de que ambos estudios cuentan con la estabilidad y congruencia estadística suficientes para permitir que sus resultados sumables y acumulables. Este dictamen se traduce, en los hechos, en un incremento del 20% en los niveles de audiencia de la Radio en el Distrito Federal, pues existen personas que escuchan Radio dentro del hogar y al momento de transportarse en automóviles particulares, con lo que se dispone de información adicional a la que tradicionalmente se venía manejando.

Al interior de la Asociación se analizó la posibilidad de contar con una segunda fuente de información sobre los niveles de audiencia de la Radio del Distrito Federal, proyecto encomendado a A . C . Nielsen. El Índice Radio realiza entrevistas personales en lugares de afluencia con el uso de computadoras portátiles, y el receptor que se ofrece presenta los resultados agregados por periodos de tres meses. Este estudio permite comprobar los niveles de audiencia que el otro estudio venía mostrando.

Los dos estudios expuestos cuentan con la supervisión permanente del Comité de Investigación y Estudios, lo que garantiza la aplicación estricta de la metodología y su constante perfeccionamiento.

3.7.2 CAMPAÑAS QUE ORGANIZA LA RADIO EN MÉXICO EN CONTRA DE LA VIOLENCIA

En coordinación con el Departamento del Distrito Federal. La Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal, la comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal y la Cámara Nacional de la Industria de las Artes Gráficas, se apoyó la convocatoria de

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

un concurso de Cartel y Radio abierto a todos los habitantes de la Ciudad de México, con el tema del rechazo a la violencia.

En total, se recibieron 460 carteles y 420 versiones de Radio, con los más diversos formatos y enfoque creativos. Se llevó a cabo una selección de las 14 versiones ganadoras para su difusión en las estaciones asociadas. Se lograron importantes resultados en esta labor para preservar un clima de paz y tranquilidad sociales.

a) Programación de Comunicación Conjunto ARDF – DDF:

La estrecha colaboración con las autoridades de la Ciudad de México ha hecho posible diseñar y apoyar campañas específicas para atender los graves problemas que aquejan a la ciudadanía. Durante 1993 y 1994 estuvieron al aire importantes campañas sobre Contaminación, Cuidado del Agua, Plazas Públicas, Reforestación, Basura y Salud Pública, por mencionar algunas.

Distrito Federal, la gran Ciudad de México, una campaña que fomentó el orgullo de los capitalinos por su ciudad.

También como parte de este convenio, se diseñó una campaña que logró propiciar un orgullo de vivir en la Ciudad de México, al destacar los servicios y bondades que la capital ofrece a sus habitantes. La campaña producida por la agencia Alazraki & Asociados Publicidad.

b) Campaña de Donación de órganos:

En apoyo a la Fundación Mexicana para la Salud y el Registro Nacional de Trasplantes se realizó la campaña Donación de órganos, cuyo principal resultado fue contribuir de manera significativa a iniciar una cultura de donación de órganos. Así, antes de que la Radio iniciara esta campaña, LOCATEL recibía un promedio de 1.4 llamadas diarias de posibles donadores, en tanto que durante los tres meses de su transmisión, la cifra ascendió a 17.4 lo cual incrementó en mil por ciento la captación de posibles donadores.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

c) Sistema de alerta sísmica:

La inmediatez de la Radio le permite ser el medio de comunicación más efectivo para llegar a todo el público en caso de contingencias graves. Por tal motivo, durante este periodo la Asociación apoyó a las diversas instancias que promueven mayor seguridad a la ciudadanía en caso de sismos o desastres.

Como parte del programa del Comité de Sismos, se distribuyeron más de sesenta mil ejemplares del folleto Sismos, saber qué hacer... a través de las emisoras de Radio, en un período de tres semanas.

Asimismo, se trabajó conjuntamente con el Centro de Instrumentación y Registro Sísmico (CIRES) para la difusión de la Señal de Alerta Sísmica a través de las emisoras de Radio. Este Sistema se creó con el fin de enviar una señal a los habitantes de la Ciudad de México con cincuenta segundos de anticipación a la llegada de la onda de choque de un terremoto con epicentro en las costas de Guerrero. Las autoridades del DDF y del CIRES son las responsables de la operación del Sistema y la Radio participa como medio de comunicación para difundir la señal de alerta.

En este sentido, del 15 de junio al 30 de agosto de 1993 se difundió el sonido de Alerta Sísmica, para que la ciudadanía lo conociera y lo identificara en caso de registrarse una señal de alerta.

Durante 1993 el Sistema registró dos fallas: la primera, en una ocasión en que tembló y no sonó; y la segunda, en que sonó y no tembló. Esta última situación comprobó la efectividad de la radio y la gran conciencia que existe entre los habitantes de la ciudad para atender el sonido de alerta y desalojar los edificios públicos con calma y sin tropiezos. A partir de esta segunda falla en el sistema, ocurrida el 26 de octubre de 1993, las autoridades tomaron la decisión de cancelar temporalmente el Sistema, a fin de realizar los ajustes correspondientes al mismo.

A partir de esta segunda falla, se realiza una encuesta al aire para conocer la opinión del público sobre el Sistema de Alerta Sísmica. El resultado fue que el 73% de los entrevistados solicitaban su reinstalación, ya que era preferible contar con un sistema falible pero capaz de salvar vidas en caso de algún sismo, a no contar con nada. Ante

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

esta respuesta de la ciudadanía, las autoridades solicitaron al CIRES el ajuste y mejoría del Sistema para su inmediata reinstalación.

El 18 de octubre de 1994 se firma con el Regente de la Ciudad el convenio que actualiza la operación del Sistema de Alerta Sísmica, la cual será reinstalada una vez que se hayan efectuado las pruebas necesarias a receptores y a los equipos de disparo automático de la señal de alerta. Sólo queda pendiente la firma del convenio específico entre cada emisora y el CIRES para la puesta en marcha del Sistema.

El Comité de Nuevas Tecnologías ha colaborado con los ingenieros del CIRES en la instalación de estos equipos, en función de las características particulares de cada emisora.

d) Campaña en favor de la fotocredencialización:

En apoyo al Instituto federal Electoral y a fin de motivar a la ciudadanía a tramitar su credencial para votar con fotografía, se estableció un amplio programa de concientización, mediante comentarios al aire de los locutores en cabina y el reforzamiento de las campañas del IFE y de la CIRT para promover el voto ciudadano. Como resultado de estas acciones, el 96.88% de los empadronados del Distrito Federal obtuvo su credencial antes de la elección, y el día de los comicios ejercieron su derecho al voto el 82.69% de los empadronados.

La Radio del Distrito federal apoyó también a otros organismos, tanto públicos y privados, que trabajan a favor de la comunidad, por ejemplo, se transmitieron las campañas, Que viva México... mejor y México es mucho México del Consejo Nacional de la Publicidad, y las campañas Seguridad Vial 1993 y 1994 de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

3.7.3 LA RADIO INFORMA

Informar es dar noticia, enterar de algo a alguien, anunciar, comunicar, orientar, por eso... la radio informa, y es tu mejor compañía. De 6:00 a 11:00 horas la radio del Distrito Federal cubre el extenso Valle de México con multitud de servicios noticiosos y alcanza una penetración de audiencia que le coloca como el primer medio informativo.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Actualmente se transmite en las emisoras del Distrito Federal más de 105 horas de noticias diariamente.

Los hombres escuchan mas noticiarios que las mujeres (57% v. s 43%)

Mientras mas alto es el nivel socio – económico, mayor es la aceptación por los noticiarios.

La población juvenil del Valle de México se interesa mas y mas por los noticieros que se transmiten por las estaciones de AM y FM del Distrito Federal.

Augusto Elías Publicidad, la cual elaboró una serie de mensajes radiofónicos con una duración que varió de los 30 a los 60 segundos. Estos mensajes giraron en torno a diálogos y situaciones cotidianas entre familiares, amigos y compañeros de trabajo, quienes de una manera sencilla y con sus palabras, explicaron qué es y cómo se manifiesta la iniciativa Privada en nuestro país.

Conclusiones:

Por todo lo anterior, podemos afirmar que la Radio representa un fantástico medio publicitario ya que cuenta – como arrojan los resultados del presente estudio – con lo mejor Segmentación, Recordación, Flexibilidad, Penetración, Posicionamiento y Efectividad, entre otros beneficios y bondades.

a) La radio es primero

El 96% de los habitantes del área metropolitana acostumbra escuchar la Radio, 9 millones de personas escuchan la Radio en un día.

En promedio, la población del Valle de México escucha la Radio 26 días al mes.

RADIOESCUCHAS	—%
Mujeres	51.2
Hombres	48.8

El promedio de tiempo que una persona dedica a escuchar la radio es de 3 horas diarias.

De la población del área metropolitana, ligeramente más mujeres que hombres escucharon la Radio el día de ayer.

3.7.4 HABITOS DE EXPOSICIÓN A LA RADIO

Acostumbra escuchar Radio:	95.4 %
No acostumbra escuchar Radio:	4.6 %

Lugares donde se acostumbra escuchar la Radio:

Casa:	95.8%
Auto:	70.1%
Oficina / Trabajo:	15.8%
Calle:	6.0%
Otros:	4.2%

Porcentaje de población con Radio portátil: 45.0%

Promedio de Radios por persona: -3

Promedio de Radios por hogar: -5

Promedio de días en que se escucha Radio a la semana: -6.3

Porcentaje de población que escucha Radio toda la semana (de lunes a domingo): 84.3%

Promedio de la población que escucha Radio cualquier día de la semana: 91.5%

Tiempo promedio que escucha Radio diariamente: 3.24 hrs.

La radio le ofrece el alcance ideal para impactar a los habitantes del Valle de México a lo largo de la semana. A continuación se presentara el alcance neto y acumulado de la Radio del Valle de México durante 1998, considerando a todos los segmentos de la población que escuchan la Radio, ya sea dentro o fuera del hogar. Los datos que presentamos se refieren al análisis de audiencia total acumulada por horarios, de las 55 emisoras comerciales del Distrito Federal durante todo el año de 1998; considerando el segmento de 7 años en adelante, niveles socioeconómicos y sexos.

La fuente utilizada es el estudio que de manera mensual realiza IBOPE / AGB en el Valle de México. Las frecuencias comerciales de la Radio del Distrito Federal ofrecen

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

una programación enfocada a atender las necesidades de información y entretenimiento de los más diversos segmentos de nuestra sociedad.

Cada estación realiza un esfuerzo importante por lograr un vínculo de comunicación efectivo con su auditorio. Día a día se transmiten mil doscientas horas de música, programas informativos y de orientación en la Radio del Distrito Federal.

Cada hora hay cincuenta y cinco opciones diferentes para conocer lo que sucede en el mundo y entretenerse.

A estos valores de la Radio se suma su gran efectividad desde el punto de vista publicitario, ya que cada frecuencia llega a un público específico con un potencial de interés y necesidades que buscan satisfacerse de la mejor manera con los productos y servicios disponibles en nuestro mercado. 43,119,242 personas es el Alcance Acumulado que aporta la Radio que cubre el Valle de México, cantidad obtenida con el auditorio que escuchó la Radio toda la semana y que es el promedio diario de audiencia acumulada en 1998.

Las siguientes tres tablas nos presentan los datos del **Alcance Neto y Acumulado** por segmento nivel socioeconómico, sexo y grupos de edad, las cuales se basan en el Promedio Anual de Audiencia Diaria para 1998 en el período de Lunes a Domingo de las 6:00 a las 24:00 horas.

CAPITULO IV. METODOLOGIA

En el presente capítulo se presenta cada uno de los procesos que se llevaron a cabo, para lograr la realización de la parte final que es la interpretación del grupo de discusión.

4.1 ¿QUÉ ES EL GRUPO DE DISCUSIÓN?

En el grupo de discusión, proporciona información sobre los procesos de comprensión y construcción del mundo de los agentes sociales. Utilizar esta técnica nos conduce a pensar en las distinciones.

El grupo de discusión las distinciones se expresan en principio como diferencias del habla puestas en interacción (interacción discursiva) para transitar hacia un habla del grupo; se obtienen simultáneamente el proceso de constitución del grupo y el proceso de constitución del discurso del grupo. En ambos casos, los textos proporcionan información sobre:

Posiciones: en dos dimensiones básicas, perspectivas distintas de una misma persona y perspectivas distintas de personas.

Valor simbólico: en cuanto a la forma de ordenar y reordenar el sentido social, a partir de las negociaciones de significados efectuados por los agentes en el proceso de interacción.

Determinaciones: en relación al papel de las condiciones estructurales productivas y reproductivas en la formación de representaciones y a la inserción del consumo cultural y comunicacional en la vida cotidiana.

4.1.1 PLANEACION Y EVALUACION

Seleccionamos esta técnica en función del objeto de estudio de la investigación, del problema concreto a resolver y de las necesidades y condiciones de investigación . Se considera, obviamente, el nivel de información proporcionado por la técnica y se definen

las características y grado de variantes que tendrá ésta en función del perfil de la investigación. Planear la técnica implica fundamentalmente:

- Señalar la finalidad de la técnica en función del problema de investigación y delimitar sus objetivos en términos de la información esperada. Se recomienda elaborar una tabla de especificaciones para definir las áreas de evaluación, las dimensiones, los indicadores y para redactar los problemas y preguntas que se lanzarán al grupo.
- Establecer la dinámica de trabajo: requerimientos, características de las sesiones, características del lugar, actividades, horario, número, fases, actividades del conductor – moderador y del grupo.
- Definir las características del o los grupos: tamaño (normalmente grupos pequeños de 5 a 12 personas), condiciones económicas, socioculturales y edades.
- Seleccionar a los actores sociales a quienes se invitará a formar parte del grupo. La forma de escoger responderá a los objetivos del estudio. Para hacerlo se recurre a un procedimiento de muestreo aleatorio (simples, estratificado, por conglomerados, por regiones), o no aleatorio (opinático o errático), o mixto.

4.1.2 LAS DISCUSIONES DE GRUPO

El grupo tan sólo es un marco para captar las representaciones ideológicas, valores, formaciones imaginarias y afectivas, etc., dominantes en un determinado estrato, clase o sociedad global. Así definida, la discusión de grupo no debe, pues, ser confundida con ningún tipo de procedimiento o dinámica psicológica particularmente "sofisticados", o llenos de complejidades técnicas u ocultos resortes, sólo "manipulables" por algunos iniciados "súper tecnócratas" del grupo, poseedores exclusivos de la serie de "claves" de la dinámica de grupo: lejos de ello, la discusión de grupo aplicada a la investigación sociológica motivacional, constituye tan sólo una simple toma de contacto con la realidad, o mejor con una reproducción teatral de la misma, en condiciones más o menos controladas, en las que los miembros del grupo colaboran en la definición y en el texto de sus propios papeles, semidirectivamente orientados por un director más o menos experimentados, al que le bastan un mínimo de experiencia en la conducción de

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

grupos de este género, sentido común y una cierta capacidad de empatía, y sobre todo lo que a veces tiende a olvidarse, la mayor cultura sociológica e histórica general posible y el conocimiento más adecuado del propio problema discutido.

4.1.3 ESTRATEGIA DE SELECCIÓN

Las personas que integren el grupo de discusión no deberán conocerse, con esto se intenta evitar la afectación de huellas de relaciones anteriores sobre las interacciones dentro del grupo. Tampoco deberán conocer al preceptor, se recomienda seleccionar a los agentes a través de redes personales y establecer un convenio relativamente formal para comprometer su participación.

El tamaño ideal del grupo oscilará entre 5 y 9 integrantes. El supuesto es: dos personas no hacen un grupo y tienden a una relación especulativa; tres y cuatro forman una relación embrionaria y de alianzas; más de nueve producen situaciones incontrolables para el preceptor.

Topológicamente, el grupo debe tener una simetría mínima y algún grado de diferenciación para asegurar el proceso del habla.

En relación con las edades pueden establecerse franjas considerando que entre más edad los rangos pueden ser mayores, entre menor edad tengan los actores la franja puede ser de un intervalo menor.

4.1.4 CONDICIONES DE APLICACIÓN

En cuanto al espacio se sugiere hacerlo en un lugar cerrado, con buena iluminación y ventilación, fuera de los centros y tiempos de trabajo (recomendable en período de ocio) y colocados de frente, preferentemente alrededor de una mesa redonda. La disposición puede ser, en caso de haber gente de ambos sexos, de intercalamiento.

La duración promedio es de una hora y media. No conviene menor de una hora, ni mayor de dos. Debe registrarse la información tomando notas, grabando en cintas magnetofónicas y utilizando, de ser posible, videograbadora.

El preceptor lanzará un tema abierto, concreto y relativamente controversial. Sus intervenciones deben ser neutras, evitar dirigir al grupo hacia una posición. Puede preguntar, lo menos posible; regresar a un punto de interés; hacer intervenir a los miembros que no participen y regular la intervención de un líder autoritario. Finalmente su función es intervenir lo menos posible y mediar discretamente para que los agentes frotan sus hablas, expresen y negocien diferencias.

4.2 CONCEPTO

Es una técnica de investigación de campo de base cuantitativa, no obstante, proporciona información cualitativa. En principio fue, básicamente, una especie de entrevista a un grupo, paulatinamente se han introducido variantes y, en ocasiones, es un mecanismo dinámico para manipular situaciones de grupo con el fin de profundizar en los datos sobre algún tema o problema.

El grupo de enfoque (grupo focal) integra algunos elementos de otras técnicas. Por ejemplo, de la encuesta retoma la precisión en el planteamiento de preguntas, aunque utiliza preferentemente cuestionamientos de respuesta abierta, por lo tanto el procesamiento requerirá una post – codificación; de la entrevista incorpora la capacidad de establecer una situación de interacción donde se obtiene información de la propia observación de las reacciones y acciones de los agentes en estudio y, así mismo, se mueve en un nivel de flexibilidad similar al de ella: el investigador – entrevistador puede sobre las respuestas del grupo a propósito de las situaciones generadas por las interrelaciones dentro de el, incluso para algunos diseños sofisticados de investigación retoma elementos de las dinámicas de trabajo y vivenciales de grupo.

El focus group se distingue de la técnica conocida como grupo de discusión no sólo por la génesis, la segunda es de origen cualitativo, sino por los niveles de información proporcionados. El grupo de discusión se caracteriza por tomar como punto de partida un cuestionamiento general para desencadenar una interacción discursiva y, simultáneamente, una integración de grupo que expresa las diferencias de los agentes y permita la construcción de significados y sentidos negociados; aquí es el propio grupo quien fija la dinámica. El grupo focal funciona a partir de preguntas concretas que se

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

van sucediendo una tras otra, en la medida de las respuestas ofrecidas por el conjunto de actores; termina cuando se satisfacen las necesidades en materia de datos y las condiciones pre – establecidas de trabajo de los agentes definidas en la investigación.

4.2.1 CARACTERÍSTICAS Y CONDICIONES

Participa el investigador o una persona quien funge como entrevistador – moderador. El define las condiciones de trabajo y las anuncia al grupo, conducirá las respuestas y acciones, en general, de éste.

La selección de los integrantes del grupo se hace mediante un procedimiento de muestreo y actúan como informantes cuyo papel se circunscribe a: describir, analizar, criticar y/o proponer. Sus intervenciones se efectúan vía los canales diseñados previamente por la investigación y estos se dirigen a:

- Motivar respuestas a preguntas concretas.
- Provocar la manifestación de opiniones sobre puntos de vistas expresados (fuera y dentro del grupo).
- Producir discusión de ideas para conocer diferencias del grupo.
- Establecer las estrategias y posturas de los agentes.

La técnica se lleva a cabo en un espacio cerrado, ventilado, con buena iluminación. Se puede estar en torno a una mesa, o en sillas (bancas) colocadas en hileras y filas, o en círculo. El lugar donde se acomodará el moderador y el grupo dependerá de la dinámica diseñada. En caso de organizarse un debate, los informantes de una misma posición se pueden sentar juntos, incluso, de ser necesario, cerrando un círculo si deben ponerse de acuerdo o si elaborarán un texto u otro producto.

La toma de turno para intervenir la dictará el investigador, el orden puede ser cruzado o en secuencia. Los entrevistados – informantes pueden hacer preguntas al investigador y/o al grupo, generalmente para aclaraciones. El moderador – entrevistador establece la duración de la sesión, puede cortar una discusión, solicitar aclaraciones o ampliaciones, de retroalimentación al grupo y en caso de ser el objetivo, mediará para obtener el consenso del grupo a propósito del problema discutido.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Además de los miembros del grupo y del conductor también pueden participar observadores o en casos especiales, pueden existir sujetos "control" con la función expresa de introducir alguna variante al grupo para desencadenar algún comportamiento. Por ejemplo, una persona con la misión de manifestar una posición radicalmente opuesta al grupo para obligar a éste a esgrimir argumentaciones más amplias y profundas, o para ver la manera como reaccionan los agentes informadores y su nivel aceptación o rechazo a posiciones marginales.

4.2.2 OPERACIÓN

Se lleva a cabo la dinámica Sugerencias:

- a) El conductor se presenta.
- b) Explicar al grupo el objetivo de la sesión, la manera en la que está organizada y las actividades a desarrollar.
- c) Presentar a los miembros del grupo entre sí para crear un clima agradable; si hay un "sujeto control", éste debe pasar desapercibido y se le presentará como un miembro más del grupo. Si existen observadores dentro del local y convivirán con el grupo se presentarán como tales.
- d) Exponer las indicaciones básicas y dar las instrucciones precisas para iniciar la sesión. Si se utilizan grabadoras y cámaras visibles se explicará al grupo la necesidad de usarlas restando importancia a su presencia.
- e) Se da inicio formal a la sesión preguntando al grupo si existe alguna duda, inquietud o problema. De no haber, el conductor llevará a cabo su trabajo ciñéndose y llevando al grupo bajo los cauces pre – definidos desde el diseño.
- f) La intervención del moderador y la manera de hacerlo se apegará a lo indicado en la planeación, en caso de haber algún señalamiento especial puede actuar. Debe: evitar conflictos personales entre los miembros del grupo y reintroducir al grupo a la dinámica en caso de desviarse del objetivo. Se recomienda un diseño flexible para que, en caso de ser necesario, el conductor puede tomar decisiones y actuar dada la situación de encontrar algo inesperado pero de importancia para la investigación.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

- g) En ocasiones se pide retroalimentación al grupo para saber cómo se sintieron y conocer si quieren agregar o sugerir algo. Si el grupo seguirá trabajando en otra (s) sesión (es) se darán las instrucciones pertinentes y se recordará la fecha y hora de la siguiente sesión.

4.2.3 INTERPRETACION

La manera de analizar la información proporcionada por el grupo focal se establece desde el momento de planear la investigación. Se puede proceder, en el caso de preguntas concretas, a vaciar la información en una matriz de doble entrada, para lo cual quizás primero se codificarán las respuestas. O se puede iniciar con un análisis de contenido de las expresiones del grupo. En ambos casos pueden tomarse como ejes las áreas, las dimensiones e indicadores definidos en la tabla de especificaciones. O pueden construirse nuevas categorías en función de las respuestas dadas.

Es necesario rescatar y clasificar:

- a) Las opiniones es decir, los puntos de vista acerca de: algún tópico, problema social, mensajes de los medios de comunicación, estrategias políticas y de comunicación, sobre comportamientos sociales, a propósito de otras opiniones, de políticas culturales, económicas, etc.
- b) Los intereses, o sea, los móviles que se expresan tras la toma de posición; conviene conocer las finalidades, metas, objetivos o motivaciones de los actores que participan en el grupo.
- c) Las actitudes ya sea las predisposiciones y posturas a propósito de algún personaje, institución, proyecto, fenómeno o hecho.
- d) Las intenciones, básicamente lo que se pretende hacer o realizar en caso de presentarse situaciones o condiciones estables o inestables, favorables o en contra. Forman parte de esta área los proyectos.
- e) Las expectativas, lo que se espera en el corto, mediano y largo plazo del entorno y de si puede incluirse lo que se imagina que pasará ... los sueños o utopías.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Estas informaciones, entre otras, pueden correlacionarse y connotarse para definir las representaciones del contexto, las posiciones con respecto a ciertos acontecimientos o productos, los conceptos personales y los valores sociales, de manera simple pero ilustrativa, los datos arrojados por el grupo proporcionan dos franjas generales de información:

- a) Al evaluar un fenómeno, situación o producto concreto ofrece datos sobre lo que piensa la gente acerca de ello, el grado de afectación, de involucramiento o de incorporación. Se pueden tomar decisiones para cambiar, reforzar o readecuar.
- b) Al tomar lo expresado por el grupo como una manera de conocer sectores de población para diseñar políticas, campañas o mensajes. Los datos sirven para conocer su idiosincrasia, su manera de vivir, para aproximarse a sus características psicológicas y culturales.

4.3 APLICACIÓN DE LA TÉCNICA DE GRUPO FOCAL

I. DELIMITACION

- a) OBJETO DE ESTUDIO:
- b) CONDICION METODOLOGICA – TECNICA:
- c) CONDICIONES ESPACIO – TEMPORALES

II. PLANTEAMIENTO DE LOS PUNTOS DE INTERES:

- a) PREGUNTA GENERAL DE TRABAJO.
- b) LISTA DE TOPICOS A EVALUAR.

El grupo de discusión es un artificio metodológico que reúne diversas modalidades de grupos, en una articulación específica, es un dispositivo conversacional.

A qué se parece un grupo de discusión; conversación grupal natural, grupo de aprendizaje como terapia psicológica, un foro público. No es ninguno de los anteriores pero simula todas estas formas a la vez. De hecho, hablar de un paquete técnico, es hablar de la gran posibilidad de variantes en el uso de la técnica.

La propuesta tecnológica, (Ibáñez, 1992:90) la cual enmarca una perspectiva de trabajo en la investigación esta inscrita en la propuesta paradigmática que hace algunos integrantes de la sociología crítica española.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Ibáñez parafrasea a Bordieu cuando este señala las "tres operaciones necesarias para el dominio científico de los hechos sociales": una conquista contra la ilusión del saber inmediato (epistemológica), una construcción teórica (metodológica) y una comprobación empírica (tecnológica). Ibáñez dice que Bourdieu se inspira en Bachelard (1949) "para quien el hecho científico se conquista, se construye y se comprueba".

Entonces, lo que quiere plantear bajo este paradigma, es el cómo se diseña bajo la posibilidad de integrar los niveles (epistemológico, metodológico y tecnológico) con las tres operaciones (conquista, construcción y comprobación) y las tres modalidades (cómo, por qué y para qué o para quién).

4.3.1 EL NIVEL METODOLOGICO

A este nivel se le ubica más que nada en la perspectiva estructural. En este sentido, estaríamos hablando de que lo que se observan son las relaciones que se dan entre los elementos, o relaciones entre individuos o grupos de individuos que nos reflejan las estructuras sociales. La técnica que mejor representa esta perspectiva es la de Grupos de Discusión, o en su caso, el Paquete Técnico que trata este apartado.

Las relaciones entre los sujetos de la sociedad se da a través de la comunicación, y ésta, a su vez, se puede encontrar en la conversación. La técnica de Grupos de Discusión es un dispositivo conversacional, se trata de llevar a un fragmento de la sociedad a conversar en una situación de laboratorio.

4.3.2 LA OPINIÓN PUBLICA

La opinión pública se construye a partir del diálogo. Los Grupos de Discusión son un dispositivo conversacional, es la herramienta ideal para construir discursos a través del diálogo entre un grupo de sujetos. De esta forma podemos saber sobre los procesos de construcción de la opinión pública.

Diferentes situaciones con técnicas correspondientes.

Juegos de lenguajes similares: el juego de pregunta respuesta lo reproduce la Encuesta y por ello es factible el sondeo electoral, su tendencia como un modo de participación

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

política; la conversación es puesta en el espacio de los Grupos de Discusión, para poder trabajar en la forma en como se construye la opinión pública o formación de expresión pública; el socio análisis alcanza a estudiar la acción de masas al poder observar el cambio del plano semántico al pragmático a través de una asamblea y las acciones que de ahí derivan.

Planteado lo anterior, podemos observar de mejor manera cómo es que está relacionado el desarrollo del marco teórico – metodológico de la Técnica de Grupos de Discusión vista desde una de las sociologías españolas.

4.4 MARCO TEORICO – METODOLOGICO TECNICO

La investigación mediante Grupos de Discusión está sostenida por la estrategia de un sujeto. Hay dos medios de informar a un sistema: inyectándole información desde fuera (programándole), o construirle de modo que pueda producir información (producir orden en el sistema a partir del ruido – azar – del ecosistema).

Por lo tanto, el investigador que quiera hacer uso de esta técnica tiene que verse como un observador – sujeto en proceso, es decir en cambio constante. Esto dice mucho de cómo el diseño no es algo tan prefijado como en otras técnicas.

4.4.1 EL DISEÑO

a) Distributivo:

En el diseño que corresponda a la perspectiva distributiva, la encuesta, esta separado de su ejecución. La parte fundamental de la ejecución se basa en una estructura de datos tridimensional: individuos, preguntas y respuestas.

Antes de empezar la ejecución, el diseño debe contemplar la tridimensionalidad anteriormente señalada: muestra, cuestionario y cuadro de resultados. Con la muestra selecciono al grupo de individuos que extraigo del universo que pretendo observar. Con el cuestionario planteo las preguntas y respuestas a elegir cuando los individuos tengan que dar la información. El cuadro de resultados me da la posibilidad de relacionar la

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

posible respuesta del individuo con las hipótesis que de antemano pretendo afirmar (correlación de variables), se tiene el programa diseñado.

El diseño distributivo comienza un proceso de búsqueda y debe limitar lo que se busca en las líneas de la tridimensionalidad de sus elementos. Nadie puede contestar algo que este más allá de las opciones que se dan para contestar y únicamente se contestará lo que se pregunte en el cuestionario.

b) Estructural:

A diferencia del diseño distributivo, el estructural implica uno que atraviesa toda la investigación, por lo tanto, no está separado de la ejecución. Es decir, no es la parte fundamental de la investigación ya que irá cambiando dependiendo de las necesidades estratégicas del sujeto – investigador. Así, el proceso está regulado por la estrategia del sujeto.

Esto indica, a diferencia de la encuesta y la perspectiva que mejor representa, que en el caso del diseño estructural el proceso de investigación implica un proceso de encuentro y hay que tener abierto el dispositivo; el diseño no se puede cerrar a elementos que de antemano controlo, al contrario, lo tengo que dejar abierto a lo que pueda ir sucediendo o encontrando para rediseñar la investigación, o por lo menos su parte inicial.

c) El tiempo:

Se recomienda no más de una hora y media. Es más difícil puntuar el comienzo que el final.

El comienzo está puntuado por la convocatoria. Se solicita a un grupo de personas que asista a un lugar para charlar o dialogar, se introduce al grupo en un laboratorio (cámara de Hessell) y quien convoca decide el aquí y el ahora.

El final puede ser puntuado por el preceptor – moderador o el Grupo, ya que a este último se le da la posibilidad de buscar el consenso. Si lo puntea el preceptor - moderador, el consenso parecerá decidido por el mismo. Si lo puntea el grupo, tardarán mucho en ponerse de acuerdo. Se vuelve necesario el equilibrio y por ello es más difícil que el inicio de la sesión. Parece ser que lo mejor es advertir el tiempo de duración: esto precipita al Grupo a la urgencia de consenso.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

El grupo de discusión es una especie de laboratorio; simula, parcialmente, los aspectos y estructuras conversacionales. De hecho el grupo se configurará en por los procesos de intercambio producidos en el, aunque no dejará de ser una aproximación a los intercambios naturalmente desarrollados.

En un inicio el conjunto de personas invitadas a participar en la discusión no se conocen y por supuesto no tienen identidad como grupo, son entidades – identidades configuradas por los otros (singularidades de pluralidades), a quienes también han hecho.

El conjunto de intercambios expresivos conformará paulatinamente un grupo: entidad – identidad, manifestación plural de las singularidades.

Por la naturaleza de las condiciones del grupo de discusión el investigador – preceptor también forma parte de la estructura del grupo.) En otras palabras, es parte de la técnica de investigación fungiendo simbólicamente como padre y funcionalmente como observador / interpretador. Este doble rol le incorpora al / desincorpora del grupo y le lleva a observar su observación, a preguntar por su pregunta.

En la producción, distribución y consumo de expresiones el discurso regresa al grupo para permitirle reflexionar sobre sus propias reflexiones (pensar su pensamiento). Para ello es necesario "hacer hablar a las palabras".

La técnica de grupo de discusión está montada en una perspectiva de segundo orden, de ahí su acercamiento cálido a la vida en la medida que establece una relación dialoga entre sujeto y objeto de conocimiento y está dotada de un alcance comprensivo.

4.5 TECNICAS DE INVESTIGACION

Nivel de observación	Acercamiento	S-O Alcances
Primer orden	Frío	Monologas Descriptivos
Segundo orden	Cálido	Dialogas Comprensivas

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

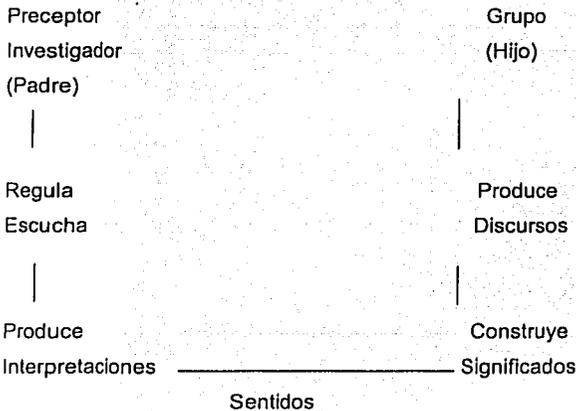
Las técnicas de primer orden están asociadas a una estética realista y naturalista, mientras que las de segundo orden, como el grupo de discusión, corresponden al arte cubista y figurativo. El socio análisis, por ejemplo, se encuentra vinculado al surrealismo.

En función de estas asociaciones podemos ubicar tres perspectivas generales:

Condiciones materiales simbólicas	Perspectiva	Aspecto central	Técnica	Investigación
Capitalismo producción	Distribución	Elementos	Encuesta	Cuantitativa
Capitalismo consumo	Configuración	Estructura	Grupo de discusión	Cualitativa
Socialista	Dialéctica	Sistema	Socio análisis	Acción

La discusión entrecruza actividades y procesos dinámicos y contradictorios de los agentes, manifiesta multiculturalismo, da razón del nomadismo y sedentarismo de la cotidianidad.

Funcionamiento alterativo del grupo:



**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Normalmente el diseño del focus group sigue una lógica similar a la de otras técnicas cuantitativas. Podemos en general plantear las siguientes frases:

4.5.1 CONFIGURACIÓN DEL GRUPO DE DISCUSION

El observador – investigador está en una situación de dominio ya que convoca, provoca el tema de discusión, asigna el espacio y limita el tiempo.

Convoca al decir quienes deben hablar del tema que el mismo investigador decide. Todos los individuos llegan a un mismo lugar que por lo regular es una Cámara Hessell en algún centro de investigación u otro lugar especialmente designado para estas actividades. Finalmente, el que convoca decide a que hora empieza la sesión y cuanto debe de durar.

a) Selección de participantes:

En la selección se dan dos tipos de operaciones, una algebraica y otra topológica. Determinación algebraica (abstracta) de las clases de participantes. Contacto concreto, mediante redes topológicas, con los participantes, su origen y las relaciones de cada uno en ese origen, en ese contexto.

El contacto topológico para traer a los participantes al Grupo implica la utilización de redes de relaciones, de comunicación. Hay dos tipos de redes, las naturales (primarias) y las artificiales (secundarias, que son creadas en el mismo proceso de investigación). Las redes primarias son redes preexistentes, de parentesco, de vecindad, trabajo, amistad, etc. Hay que hacer creer a los participantes que juegan su propio juego y la relación preexistente es muy importante. La red "polímera" encadena relaciones de distintos tipos y parece la más conveniente siempre y cuando cumpla con dos condiciones: que los participantes no se conozcan entre sí ni sepan nada del preceptor moderador; y que la red se rompa por la introducción de un profesional que no dejaría cualquier flujo de duda.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

b) Territorio:

El local donde se realiza la sesión del Grupo es, por lo regular, un recinto cerrado hacia fuera y abierto hacia adentro. Es cerrado hacia afuera pues se trata, mientras dura sesión, de que nadie moleste y los participantes se sientan lo más confortables para poder dialogar con los demás: es abierto hacia adentro pues la discusión irá poniendo nuevas rutas o temas a tratar por los miembros participantes y por el preceptor moderador. El Grupo tiene la posibilidad de crear consensos y nueva información.

El grupo es un espacio de trabajo y su espacio está determinado: la mesa contiene contra la tendencia de fusión imaginaria en el Grupo, no permite o no se permite que las alianzas subsistan mucho tiempo para buscar los consensos; las sillas contra la tendencia de permutabilidad. El grupo tiende a trabajar y sus miembros a asumir papeles diferentes.

4.6 FUNCIONAMIENTO DEL GRUPO DE DISCUSION

El grupo, a lo largo de su sesión de trabajo, vive un momento interior y otro exterior. El primero es la historia que crea el propio Grupo durante la sesión, es su historia (ficción); el segundo momento es el que mete al Grupo en la historia o la historia del Grupo, en un proceso que nunca termina.

a) El escenario:

El Grupo entra a un escenario que consta de personajes y relaciones. Los personajes son el preceptor – moderador – conductor, los miembros del Grupo y el propio Grupo: los primeros son reales, el último es imaginario en tanto que aparece y desaparece cuando la sesión de trabajo inicia y termina respectivamente.

Las relaciones son asimétricas (transferencia y comunicación) y simétricas (de fusión y degradación del Grupo): al comienzo, el silencio del conductor pesa, el Grupo interpela o espera el que les diga que es lo que debe suceder o decir; la transferencia vira del conductor al grupo y el primero, aunque no deja de perder su condición de sujeto – supuesto – saber en su totalidad, debe tratar de participar lo menos posible en la

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

discusión; al transcurrir la discusión, la transferencia vira al Grupo y tratan de ponerse de acuerdo entre ellos "la discusión sale a la luz".

Cada participante tratará de su posición se refleje en el Grupo, al tratar de buscar el consenso en el Grupo o en parte de él, fluirán mensajes a través de canales comunicativos bajo un esquema de juegos de dominaciones, una comunicación dual y circular (en momentos estarán hablando dos miembros del Grupo, pero luego llegará un tercero al cual se le tendrá que contestar, así, cada miembro del Grupo, estará dualizando y circulando los canales de comunicación a lo largo de la sesión).

Lo que más dinamiza los flujos de comunicación son los terceros que entran a romper los consensos logrados en distintos momentos de la sesión. La fusión nunca llegará a realizarse, el Grupo siempre será un objeto.

b) La Escena:

Es la actuación de los personajes en la obra, es decir, actúan el conductor – moderador y los miembros del Grupo.

El moderador actúa a través de él mismo y sus dobles, es decir, a través de algunos de los miembros del Grupo. Su actuación incluye una provocación inicial y una continuada; se propone de que habla en un principio , y después, se proponen o retoman temas e ideas que interesan explorarse. Se inicia con un componente racional, el tema a discutir, y sigue con uno emocional, el deseo de discutir.

4.7 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN SOCIEDAD, CULTURA Y COMUNICACIÓN. GRUPOS DE DISCUSION

Las sesiones de grupo como paquete técnico y la investigación cualitativa. (Juárez,2002:24).

La técnica sesiones de grupo no se propone como una herramienta única, o como dice Ibáñez "... no implica el encontrar una forma canónica de proceder..." Un objeto de estudio social se puede abordar desde distintas formas y procedimientos, diferentes perspectivas, etc. Y para acercarse a ese pedazo de realidad y preguntarle cosas, también se puede abordar con un sin fin de herramientas. El investigador debe decir



COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

cuál. Debe de explicar por qué esa o esas técnicas y contar como lo hizo. Lo debe hacer consciente.

¿Cómo hacer consciente una técnica?, ¿Cómo sacar de la oscuridad no sólo los datos, sino los mecanismos que configuran metodologías o estrategias para abordar los objetos de estudio? En otras palabras, ¿cómo son los procesos de objetivación y cómo interviene la subjetividad del sujeto al mirar y estudiar el objeto?

También habría que mencionar el carácter cualitativo del paquete técnico. Las perspectivas meteorológicas cualitativa y cuantitativa encierran una larga lucha, Fernando Conde considera insuficientes las formas en que se ha abordado su relación y, en particular, creo que habría que apostar por revisiones que ayuden a mejorar las formas de complementariedad de una con la otra.

Las formas que presenta la realidad social, en cuanto a su dinamismo y complejidad, no nos dejan abordarla con una metodología cuantitativa o una cualitativa, por muy complejas que estas sean. Más bien, la realidad requiere de metodólogos que diseñen estrategias que impliquen una tercera cultura de investigación, que desarrolle con imaginación y creatividad el potencial que cada una de las metodologías puede dar si se usan en forma combinada.

Sin embargo, se tendría que precisar el carácter cualitativo de esta técnica. Estaría de acuerdo con Beltrán al señalar que dada la posibilidad de poder trabajar con el lenguaje, implica la necesidad de establecer identidades y diferencias en el mismo. Este es un punto que parece lo aleja de lo cuantitativo y esclarece que la materia prima con la que se trabaja es meramente cualitativa.

El tipo de trabajo que se logra con una sesión de grupo es algo parecido a una simulación. Ibáñez explica cómo, a través de un grupo de discusión, se verifican supuestos básicos, ya que "su realidad está irremediamente cortada de su posibilidad, no es más que un cebo." Asimismo, este autor menciona cómo un grupo, al ser un simulacro de pedazo de realidad, se parece a la forma de consumo en las sociedades de hoy: "El grupo de discusión como objeto de consumo tiene la misma estructura que los productos cuyo consumo se investiga mediante él; es un simulacro, sólo signo de sí mismo." Mencionado lo anterior, podemos agregar también que las sesiones de grupo funcionan mejor siendo aplicadas en sociedades de consumo, es

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

decir, espacios sociales que implican un desarrollo bastante fuerte del mercado capitalista: los miembros de ese espacio están acostumbrados a rutinas de consumo que este mercado marca. Así, los patrones de comportamiento también se ven afectados además de la necesidad que hay que diseminar por un conjunto de símbolos que representan valores adicionales a los cuales el consumidor raramente se resiste (publicidad). (Russi, 2001:12).

4.8 INTERPRETACIÓN DEL GRUPO DE DISCUSIÓN

TEMA DE INVESTIGACIÓN: COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

ÁREA ESPECÍFICA DEL PROYECTO: Este proyecto abarca el área de Teorías de la comunicación, Educación de adultos; materias optativas, Comunicación educativa del programa de estudios de la Licenciatura en Pedagogía.

TEMA DELIMITADO : Influencia de la radio en el aprendizaje de los radioescuchas adultos en su educación informal, a partir de programas culturales, noticieros y deportivos de la clase social media; por medio de un estudio de grupos de discusión aplicado a la clase media en el Valle de México.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA: Cómo influye la radio en la educación informal para su aprendizaje de los radioescuchas adultos, de la clase social media del Valle de México.

OBJETIVO GENERAL: Analizar la influencia de la radio, sobre el radioescucha adulto en su aprendizaje que recibe de la educación informal, de la clase social media del Valle de México, para así explicar como repercute en la vida diaria.

OBJETIVOS SECUNDARIOS :

- Conocer la radio como medio de comunicación.
- Analizar la etapa adulta del Ser Humano a través del cognoscitivismo.
- Detectar el papel que juega la radio en el aprendizaje.
- Conocer cuándo, dónde, quiénes y cómo penetra la radio en los radioescuchas.
- Identificar el papel que desempeña la comunicación en la educación.

PREPOSICIÓN : La radio influye de manera importante en el aprendizaje de los radioescuchas adultos, contribuyendo en su educación de tipo informal.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

FUNDAMENTACIÓN DE LA ELECCIÓN DEL TEMA: La pretensión con esta investigación es el de conocer cómo repercute el escuchar la radio en la vida diaria, en los sentimientos, pensamientos, estado de ánimo, actitudes; al escuchar noticieros, música de determinado estilo, programación cultural, deportiva, política, etc. Me interesa en este trabajo saber cómo el adulto de 25 años a 45 años de clase media, escuchando determinado tipo de programación en su casa, auto, trabajo, micro, en el centro comercial, etc.; Cómo trabaja su mente respecto a lo que está escuchando, cómo influye en su educación informal este medio de comunicación. Cuáles factores intervienen para que el radioescucha defina qué oír, para esto tiene que ver el estrato socio – económico, pretensiones, ideología, gustos que define el medio en el que se crece, el entorno social; para ubicar determinada estación en el cuadrante.

La radio como medio de comunicación tiene influencia en los radioescuchas de la misma manera que si este recibe datos que vayan con su forma de ser pueda llevarlo a adoptar o adaptar como mejor le parezca para agregarlas a su personalidad, pero el escogerá de acuerdo a sus propios intereses y perspectivas que comportamientos son los que tomará como propios y cómo beneficiará o repercutirá a su entorno social y personalmente.

Los seres humanos recibimos mensajes por parte de lo que vemos, escuchamos en nuestra vida cotidiana ya sea por medio de una plática en la que seamos ajenos a la conversación de extraños, conversación familiar, con compañeros de trabajo, cada una de estas maneras de comunicación nos deja algo en nuestro inconsciente al igual lo que nosotros expresemos de acuerdo a nuestras experiencias también dejarán algo a los que nos escuchan.

Según los intereses de la clase social del individuo tendrán que ver en el modelo de programación que decidan escuchar para seguir un patrón con los demás radioescuchas que tengan las mismas preferencias. Lo que se escucha responde a los intereses culturales.

Cómo pueden influir los personajes de la radio en caer bien o mal a los radioescuchas, que determina que agrade un programa de radio.

METODOLOGÍA: Se realizó una investigación cualitativa mediante técnica de grupo de discusión que consiste en formar mesa redonda con 10 personas cada grupo, se

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

pueden efectuar en distinto día con distintas personas, esto con el fin de investigar el tema de interés en este caso será sobre la temática de la influencia cultural, ideológica y educativa de la radio en el radioescucha adulto, se grabará cada una de las sesiones en estas, se logrará establecer una plática por medio de preguntas, elaboradas con anterioridad y así saber cual es el resultado en la vida cotidiana, esto permitió formar categorías de análisis.

La información que se obtenga del grupo de discusión se complementará, con la información bibliográfica.

El nombre de trabajo de tesis: "La influencia de la radio en la educación de los adultos de la clase media en el Valle de México". Organizó dos grupos de discusión, con la finalidad de investigar este tema, en cada grupo de discusión hubo cinco participantes, la edad fue de 25 años a 44 años de edad. Con una duración de una hora y media de 18:00 a 19:30 hrs. Los días 12 de noviembre de 2001 y el 12 de enero de 2002.

Lo primero que se hizo en ambos grupos fue la explicación de lo que se tenía que realizar y el por qué de esta necesidad, después la presentación de cada uno de los participantes y a partir de esto empezó la discusión. Durante el tiempo de discusión yo intervine poco, únicamente para aclaraciones o para ampliar algún tema de importancia y así causar una participación grupal.

El cierre consistió en recibir aportaciones de parte de los invitados y yo agradecerles su participación.

En el primer grupo de discusión se noto un poco de tensión al principio, por lo que ellos comentaron. Se debió por estarlos grabando con la cámara de video, pero después se tranquilizaron y no afectó en nada este comportamiento porque ellos siguieron dando su opinión, hubo una buena participación e intercambio de puntos de vista. En este grupo existió una apertura a los distintos temas de importancia para el tema.

El segundo grupo tuvo una peculiar característica el de mostrar más agrado por escuchar música que por otro tipo de programación; dentro de los participantes, Isabel recordó los programas que escuchaba en su infancia y esto causo el llanto. Otro participante, Manuel se mantuvo en un principio al margen de lo que escuchaba, demostrando poca participación, después a través de lo que escucho, contribuyo con su opinión personal.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.8.1 PREGUNTAS DEL GRUPO DE DISCUSIÓN

(Mencionadas verbalmente al comienzo de este mismo).

AREA 1

¿Cuál es tu edad?

¿A qué te dedicas?

Sexo F ó M.

Estado civil

AREA 2

Escuchas la radio

¿Qué es lo que más te gusta escuchar en la radio y por qué?

¿Qué programación conforma la estación de radio de tu agrado?

¿En que horario prefieres escuchar la radio?

¿Qué es lo que escuchas con más frecuencia?

¿Qué es lo que te gusta de tu ó tus programas favoritos?

¿Cuánto tiempo escuchas la radio, cuál es la razón?

¿Qué haces cuando la escuchas, con quien te encuentras y en que lugares?

AREA 3

¿Crees que la radio, influye en la forma de pensar de los radioescuchas?

¿En qué piensas durante y después de estar escuchando la radio?

¿Qué información compartes con tu entorno social acerca de lo que has escuchado?

¿Cuáles son los momentos cuando prefieres escuchar la radio, acompañado de que actividad describir el momento y que sentimientos trae consigo ese rato?

¿Influye en tu estado de ánimo lo que escuchas?

¿Qué es lo que define que escuchar y cuando?

¿Qué sientes cuando escuchas la radio, que pasa por tu mente?

El escuchar la radio te permite utilizar tu imaginación .

La radio como medio de comunicación influye en tu personalidad.

Los programas que escuchas te dejan algo en especial

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

PREGUNTA GENERAL POR ÁREA:

Área 1: datos personales del grupo.

Área 2: ¿qué escuchas? Qué es lo que mas te gusta escuchar, programación, horario, con qué frecuencia, tus programas favoritos, cuánto tiempo escuchas la radio, qué haces cuando la escuchas, con quién, en que lugares, qué actividades.

Área 3: ¿por qué escuchas la radio? Infiuye en la forma de pensar, qué piensas durante y después, qué información compartes, cuándo prefieres escuchar la radio, qué sentimientos, estado de ánimo, qué define que escuchar, qué sientes, permite utilizar tu imaginación, influye en tu personalidad, la programación te deja algo en especial.

4.8.2 RESULTADO DE LOS GRUPOS DE DISCUSIÓN.

Participantes: Nombre, edad y ocupación de los invitados son los siguientes.

Carolina R. 44 años. Hogar
Manuel S. 43 años. Servidor público
Guadalupe. 42 años. Empleada en una litografía
Pilar M. 41 años. Secretaria
Salvador H. 40 años. Maestro de secundaria
Fernando V. 39 años. Mecánico
Isabel . 36 años. Hogar y comerciante
Consuelo R. 34 años. Ama de casa
Cecilia . 33 años. Dietista
Karen P. 25 años. Estudiante

PRIMER GRUPO DE DISCUSIÓN.

Área 2.

Se escucha la radio en el Auto, microbús, trabajo, casa, para romper el silencio , las estaciones que escuchan con más frecuencia en el transporte son: **Q buena y Universal.**

La predilección de cada uno depende de la personalidad y el carácter.

TESIS CON
FALDA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

El público nota más libertad de opinión en la radio que en T.V.

Opiniones sobre algunos programas de radio: No les agrada a los participantes que los locutores de la estación Q buena sean groseros.

Les aburre la forma en que el locutor lleva el programa del **Fonógrafo**, a pesar de que si les gusta el tipo de música. El **programa de los Beatles** de la estación Universal, tiene seguidores que no solamente son de la misma época, existe una diversidad de edades. El **programa de la mano peluda**, causa en los radioescuchas: miedo, nervios, curiosidad, susto, debido a que el locutor sabe narrar las historias y dirigir el programa, de esta manera influye a las masas con la capacidad de llamar la atención y de calmar al público. La gente puede sacar ahí sus temores o ser influenciado. El **programa de la presidencia** de la república, resulta tedioso. **La hora de los a doloridos** ; el locutor los consolaba y el radioescucha buscaba ser escuchado, logrando participación del público con el programa. **Q BUENA** El locutor llamado el panda tiene influencia en el público porque inventa distintas personalidades.

Se dice que posiblemente la calidad de la música es la misma pero lo que si cambia son los gustos de cada individuo. En la misma familia hay diversidad de gustos, en lo que se escucha.

En la radio se necesita de mas preparación, por parte de los locutores para dominar un programa.

Área 3 :

Depende del estado de ánimo lo que se decide escuchar, porque si estas triste o alegre son distintas las predilecciones de estación , por otro lado si estas realizando labores de casa la música es mas alta y si estas realizando actividades que requieran concentración la música es con volumen más bajo y música más tranquila. Al manejar se prefiere escuchar música movida ya sea rock o cumbias.

La formación y educación que tiene cada individuo define los gustos, que tendrá posteriormente, así como los mayores influyen en el transcurso de esta formación.

La edad es un factor importante para la preferencia auditiva.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

La radio te permite transportarte con las cosas que transmite, para así poder imaginar y también recordar episodios de la vida personal, por medio de lo que escuchas puedes retornar a distintos momentos.

Por medio de la voz puedes transmitir distintas cosas según la imaginación aunque no responda a la realidad.

Lo que se escucha de que depende : 1.- De las actividades que se tienen y del nivel de vida. 2.- Tiene que ver con la cultura preparación y el nivel de estudios. 3.- Simplemente son gustos, no ligado a esto. El gusto se va formando a través de la formación como ser humano, desde la infancia.

La radio si puede educar, pero se necesita de una persona especializada en una gama de estudios, ya que existen locutores que solo definen ciertas temáticas y cuando llega el momento de dar opiniones de otros temas no saben y esto causa un silencio o mala información al público.

La radio te obliga a escuchar para poder saber que te quiere transmitir, logrando educar el oído.

En el estado de Veracruz en la sierra existen programas de radio con influencia religiosa al 100%, esto causando una manipulación en la población. Esta población es de escasos recursos económicos y de un alto analfabetismo.

Se percibió orgullo y satisfacción del género femenino, que hace muy poco tiempo salieran a la luz las primeras locutoras, porque durante muchos años era una actividad exclusiva de los hombres.

SEGUNDO GRUPO DE DISCUSIÓN.

Área 2.

Les agrada escuchar rock en español de la época de los 60's.

En los microbuses la estación que escuchan es UNIVERSAL y también en los hogares ya que causa estabilidad emocional y tranquilidad mientras que en otras estaciones causa desequilibrio en el ritmo de trabajo y de las labores en casa. La radio tiene versatilidad; la puedes escuchar en el: trabajo, escuela, hogar, existe programación para todos los gustos. La radio logra hacer sentir, animar, imaginar y transmitir los hechos, permitiendo que cada individuo pueda decidir que escuchar, influyendo hasta el

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

nivel social, ya que existe programación para distintos niveles sociales, algunos sólo cubren ciertos sectores de la sociedad, por ejemplo el programa del Panda predomina audiencia de clase baja, pero existen otros programas que cubren una diversidad de públicos. En la misma familia a pesar de no tener exactamente los mismos gustos, si coinciden en algunos programas, permitiendo hacer las cosas con gusto una vez sintonizada en el cuadrante preferido.

Opinión de programas: El programa de **Buenos días con Héctor Martínez Serrano**, opinaron que es machista, cerrado, pesado, porque en ocasiones el da consejos a las personas que llaman y aparte de no ser los mejores consejos el toma actitudes como las antes mencionadas tomando identidades distintas ya que no opina lo mismo para casos semejantes, esto da a entender que quiere quedar bien con los diferentes tipos de radio – escuchas. **José Gutiérrez Vivó**, investiga, fundamenta y canaliza el problema con expertos. También informa acerca de la vialidad. El Sr. **Alfredo Palacios** tiene un programa el cual tiene buenos invitados, pero el no sabe entrevistar, entonces le quita mucha calidad al programa. **Hora Nacional**; es un programa que permite imaginar a los radio – escuchas, disfrutan lo que escuchan, llegando al punto que dejan de hacer sus actividades por pequeños momentos para poder imaginar lo que están narrando en el programa. **México de mis recuerdos**, este programa permite conocer las creencias y tradiciones de nuestro país. El programa del Panda, **A toda máquina**, **no les gusta** porque hacen bromas muy pesadas y ocasiona malos ratos a las personas que reciben la llamada. A demás de ser vulgar, pesado, sólo le preocupa el rating , su programa va dirigido a la clase baja, se burla de la gente ... imitando a los radioescuchas supuestamente buscando empatía, pero lo única que hace es humillar a las personas.

Aproximadamente hace como 30 años, al escuchar la radio, las personas compartían el momento de una manera grupal, ya sea con la familia ó con amistades, se lograba convivir, tan sólo de escuchar. Ahora es de mayor entretenimiento ver T.V. y perjudica en la infancia causando una dependencia, por haber sido reemplazada por otro tipo de actividades, que no cubren estas cualidades.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Área 3:

Las *amas de casa*, comentan que la radio es una compañía que les ayuda a no sentirse solas en las actividades del hogar, además de mantenerse informadas a pesar de estar lejos de los hechos. En la programación de la radio se a perdido esa magia que puede tener. Se dice que en la *infancia* se marcan los intereses auditivos la razón que se da es que la estación que sintonizaban los padres cuando ellos eran pequeños, les causaba alegría, tranquilidad y placer, comentan que hoy en día no existe la misma calidad en la programación, más sin embargo buscan estaciones más o menos a fines a sus gustos.

Ama de casa de 36 años, **le gusta la música:** romántica, clásica e instrumental.

En *otras regiones* fuera del D. F. cambian muchas cosas debido a gustos, educación, edad, cultura; entre esas cosas el tipo de programación es distinta.

Que *influye* para que se muestre interés o desinterés con lo que se escucha, algunos factores son: actividades que se estén realizando, estado de ánimo, a lo mejor de un día a otro tus predilecciones son distintas, dependiendo del lugar y el momento por el que estés pasando por tu vida. Si es que marca interés en varias personas puede ayudar a una buena convivencia y distracción en grupo, como por ejemplo cantar las canciones favoritas, no importando la edad. El escuchar algo de agrado es *una terapia que causa relajamiento* y una indiscutible compañía.

La radio educa, dependiendo de lo que se escuche, tan sólo un recuerdo personal conjugado con una melodía, te trae añoranza y hasta placer, en el caso de escuchar noticias, programas culturales indiscutiblemente se aprende.

Programación favorita: **Amor 106 FM**, con melodías de los 70's y 80's. **Consentido de Mujer**, ponen un poema y una melodía romántica que se relacionen. **OPUS**, música clásica, la tranquiliza.

Tratiano 13.20 ; es una estación para jóvenes, hablan para conciliarse con sus amigos o novios.

La **estación 620** tiene un programa que orienta al radio – escucha, con abogados, doctores. En **Radio Red** aparte de tener programación cultural, noticiario, tiene un programa a 1:00 de la mañana en el que invitan médicos, para resolver dudas sobre la salud.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

La música es una gran aliada de la radio, porque expresa lo que piensan, y sienten millones de personas, sólo es cuestión de que se identifiquen con su propio estilo.

4.9 INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS ESTADÍSTICOS DE ENCUESTAS A LA POBLACIÓN CONFRONTADOS CON LOS DEL GRUPO DE DISCUSIÓN Y MARCO TEÓRICO

A continuación se presentan los argumentos con los cuales se interpreta la información obtenida durante el transcurso de la elaboración de la tesis y donde se demuestra la preposición.

Se escucha la radio, para romper el silencio, las estaciones que escuchan con mas frecuencia en el transporte, son: **Q buena y Universal**.

La opinión que se tiene de la estación UNIVERSAL estéreo es que también la sintonizan en su hogar porque provoca estabilidad emocional y tranquilidad mientras que en otras estaciones la programación que tienen causa desequilibrio en el ritmo de trabajo y en las labores en casa.

Mientras que de la radio opinan que tiene versatilidad; la puedes escuchar en cualquier lugar y existe programación para todos los gustos y clases sociales. Logra hacer sentir, relajar, animar, imaginar y transmitir los hechos.

La radio te permite viajar con lo que transmite, brinda la oportunidad de recordar episodios de la vida, por medio de lo que escuchas puedes retornar a distintos momentos personales.

Esta información se logra analizar con información teórica que a continuación se mencionan las características y debilidades que tiene la radio.

Personal y selectivo: La radio es, comunicación entre amigos, gente con los mismos gustos, los mismos intereses, el mismo lenguaje. Es un medio personal, asimismo, porque es la forma en que se escucha. La radio por lo general, ya no se escucha en grupos familiares o con amigos, es más bien de manera individual, su recepción es personal, privada pero si es muy cotidiano escucharla en los medios de transporte público.

La época en que la radio ocupaba el lugar principal en la sala del hogar y era rodeada diariamente por sus integrantes, acabó. La entrada de la televisión en los años

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

cincuenta, obligó a la radio a transformarse. Destituido su lugar como el principal medio de difusión y de entrenamiento familiar, la radio enfrentó la tarea de buscar un nuevo rol que desempeñar. El resultado, fue la especialización de sus emisiones, por las que ahora apelaría, no a todos los radioescuchas, sino a ciertos segmentos estrechos de la audiencia total.

Fragmentar la audiencia fue la estrategia decisiva de la radio. El invento del transistor en 1947, que hizo a la radio portátil, barata y accesible a todo individuo, más la estrategia anterior, determinó que el acto de escuchar la radio, fuera uno muy personal, porque ahora, no sólo la gente tendría su propio radio para llevar a donde fuera, sino también tendría un número de estaciones acorde con sus gustos más particulares. Si al panadero le encantaba escuchar la hora de los tríos, ya no tendría que esperar a que transcurrieran las corridas de toros, radionovelas, box y demás programas variados; ahora, habría una estación de radio que los transmitiría sin interrupciones.

"La radio, que antaño fuera una forma de audición en grupo que vaciaba las iglesias, (se volvió) a los usos privados e individuales desde la aparición de la televisión" (Marshall, 1973:375). Personal y selectiva, así fue la radio desde entonces.

Inmediato: La radio puede comunicar cualquier tipo de mensajes en cualquier lugar y momento, y los oyentes confían en ello, saben que si sucede algo extraordinario, la radio se los hará saber de inmediato. En este medio se esperan las últimas noticias.

Porque se transmiten al mismo tiempo que se ejecuta, la radio también es inmediata. Los mensajes que son en vivo, se escuchan en el instante mismo en que se realizan. Esto no sucede en la prensa, las revistas o el cine, donde sus tiempos de realización necesariamente difieren de los de su exhibición.

Flexible: Es un medio flexible, además, por la amplitud de temas que puede tratar. Sus tiempos, espacios y lugares, son ilimitados. Si se desea llevar al oyente a una escena que se desarrolla en Francia o en la India, nos basta un tema musical, unos detalles en el texto, unos sonidos, y el radioescucha puede acompañar.

Es un medio que puede evocar imágenes vividas en la mente del radioescucha. Su paleta creativa, que se compone de palabras, música y efectos de sonido, permite

pintar escenarios reales, cambiar tiempos, lugares. En segundos puede lograr que el radioescucha visualice desde un hombre de la prehistoria hasta extraterrestre. Hace que éste se involucre en el mensaje y participe en él, llenando el mismo, con los colores y los detalles de su imaginación.

Penetrante: La radio es un medio penetrante. Primero, porque está presente a todas horas del día y en todo territorio, nacional y mundial. Su alcance es ilimitado: países desarrollados, subdesarrollados, áreas urbanas, suburbanas, rurales y marginadas. Segundo, porque tiene la capacidad de llegar a todo tipo de personas, sin importar sus categorías sociales y económicas y, tercero, porque no es necesario saber leer y escribir para comprender sus mensajes.

Por todo lo anterior, "cuando de penetración se trata, es preciso volver la mirada al cuadrante y ubicarlo en un lugar prioritario". (*Rebeil, 1991:22*).

Debilidades de la radio:

- a) Fugacidad: Los mensajes de radio, configurados por el tiempo, resultan sumamente fugaces. El radioescucha no dispone de ellos para consultarlos o escucharlos cuando así lo desee. También le resulta difícil anotar números telefónicos y direcciones por la misma razón.
- b) Atención parcial: Con frecuencia, el radioescucha atiende parcialmente los mensajes radiofónicos por realizar otras actividades al mismo tiempo. No obstante, con una mayor creatividad en la producción del mensaje es posible contrarrestar la atención parcial.
- c) Multiplicidad: Debido a los múltiples formatos de estaciones de radio, programas y horarios, que existen para un mismo mercado, a algunos anunciantes se les dificulta seleccionar entre ellos a los más idóneos para alcanzar el segmento meta. Esta característica, por lo mismo, puede ser ventaja para unos y desventaja para otros. Todo depende del cristal con que se mire.
- d) Saturación: Como sucede en la televisión, las franjas de horario con mayor audiencia están a rebosar de mensajes publicitarios, y cualquiera de ellos se encuentra perdido entre los demás. Por lo mismo, hoy en día algunos anunciantes

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

tienden a ubicarse menos en torno al primer turno de la mañana (prime time) y recurrir a otras opciones menos saturadas.

El prestigio: En materia de creatividad publicitaria, el prestigio se gana en primer lugar en televisión y después en publicidad impresa. La radio, queda atrás. Como dice Bob Simon, ex-vicepresidente de Foote Cone & Belding, Chicago: "Si tienes un estupendo reel (portafolio) de radio, la persona a quien se lo estás presentando suele decirte, <<es maravilloso , pero ¿dónde está el de televisión?>>...".

4.9.1 QUE ES LO QUE INFLUYE PARA QUE SE MUESTRE INTERES O DESINTERES EN LO QUE SE ESCUCHA

Algunos factores son, actividades que se estén realizando, estado de ánimo, a lo mejor de un día a otro las predilecciones son distintas, dependiendo del lugar y el momento por el que se esta pasando.

La preferencia para sintonizar una estación depende de la personalidad, carácter, estado de ánimo porque si estas triste o alegre son distintas las predilecciones de estación , por otro lado si estás realizando labores de casa la música se pone con volumen alto y si son actividades que requieran concentración es con volumen bajo, la música es más tranquila, llegando a ser como una terapia. Al manejar se prefiere escuchar música movida ya sea rock o cumbias.

Es considerada, de entre los medios masivos de comunicación, el más creativo; esto debido a que no cuenta con el apoyo de la imagen, característica con la cual cuentan los demás medios, siendo en este su carácter creativo radica su importancia.

El radioescucha encontrará, información, programas de entretenimiento, música y publicidad, todos ellos encerrados en un marco de alta creatividad, estimula la imaginación del radioescucha.

En el grupo de discusión una persona ama de casa menciona que la radio era su compañía y además su informante porque a pesar de estar lejos de los hechos ella estaba informada de lo que sucede a su alrededor.

Los jóvenes del Valle de México se interesan mas y mas por los noticiarios que se transmiten por las estaciones de AM y FM del Distrito Federal, mientras que los

Distrito Federal
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

hombres escuchan mas noticiarios que las mujeres (57% vs. 43%). Mientras más alto es el nivel socioeconómico, mayor es la aceptación por los noticiarios.

La radio es selectiva ya que se crean programas que abarquen gustos y preferencias de los radioescuchas, no dejando de ser por esto un medio masivo de gran alcance.

En el Valle de México los automóviles realizan un promedio de 3 viajes al día. El traslado de un sitio a otro ocupa cada vez más tiempo y el automóvil se convierte así en un espacio en el que cada día se pasan más horas.

Durante los fines de semana se nota un cambio en las actividades que realizan las personas respecto a su rutina de trabajo. Sin embargo, la radio conserva el interés del público por entretenerse e informarse.

Lo que se escucha ¿de que depende? :

- 1.- De las actividades que se tienen y edad.
- 2.- Tiene que ver con la cultura, preparación y el nivel de estudios y de vida.
- 3.- Simplemente son gustos, no ligado a lo anterior.

Se dice que posiblemente la calidad de la música es la misma pero lo que sí cambia son los gustos de cada individuo conforme se va avanzando en edad y época en la que se vive. En la misma familia hay diversidad de gustos en sintonización de programas auditivos.

La formación y educación familiar que tiene cada individuo define los gustos, que tendrá posteriormente, así como el entorno social influyen en el transcurso de esta formación. El gusto se va formando a través de la formación como ser humano, desde la infancia. Los integrantes del grupo de discusión dicen que, en la infancia se marca la predilección auditiva en cierto porcentaje mas no es definitivo, la razón que se da es que la programación que sintonizaba la familia cuando ellos eran pequeños, les causaba alegría, tranquilidad y placer, hoy en día siguen escuchado ese tipo de programación pero también la que ellos mismos eligen de acuerdo a gustos personales o por influencia cultural.

Qué es **Cultura**, "conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un periodo determinado. El

término 'cultura' engloba además modos de vida, ceremonias, arte, invenciones, tecnología, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano, tradiciones y creencias. A través de la cultura se expresa el hombre, toma conciencia de sí mismo, cuestiona sus realizaciones, busca nuevos significados y crea obras que le trascienden". (*Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2002. © 1993-2001 Microsoft Corporation. Reservados todos los derechos.*)

Con estos comentarios se confirma que el Adulto, es un tipo capaz de formarse a sí mismo, por consiguiente no es algo estático en el tiempo y en el espacio, sino alguien que se halla en continuo cambio y evolución.

Tipológicamente, es alguien que evoluciona y cambia continuamente, de manera que su mismo estado es un factor dinámico que le obliga a buscar siempre una definición más adecuada de sí mismo, para adaptarse a las nuevas situaciones en que le colocan su propio desarrollo temporal, el grado de reconocimiento que le ofrece su ambiente social y el deterioro de sus diversos tejidos celulares.

Un medio íntimamente ligado a la personalidad de cada uno de los radioescuchas.

En el proceso antropogógico que la instrucción abarca de por sí solamente la inteligencia del ser humano, mientras que la personalidad del mismo incluye una riqueza mayor, contenida en los sectores volitivos, emocionales y tendenciales, que son en definitiva los que dan al hombre su riqueza propiamente humana.

Existe una conexión directa entre la voluntad y las representaciones. Los estudios actuales, sin embargo, han probado que no existe un "transfer" automático entre el plano del conocimiento y del comportamiento real del sujeto, o sea de la voluntad operante. Además nuestra experiencia cotidiana nos está demostrando cómo es posible aprender a instruirse en cosas éticamente negativas, como así también instruirse en cosas éticamente positivas sin ponerlas en práctica.

El adulto ha adquirido ya una multitud de experiencias en la vida real, así como un amplio repertorio de habilidades prácticas. Estos elementos deben explotarse, puesto que, aunque a veces son fuente de dificultades, generalmente funcionan como agentes valiosos para facilitar y enriquecer el aprendizaje en el ambiente educativo del adulto.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

La radio educa, dependiendo de lo que se escuche, tan sólo un recuerdo conjugado con una melodía, te trae añoranza y hasta placer, en el caso de escuchar noticias, programas culturales indiscutiblemente se aprende.

La radio si puede educar, pero se necesita de una persona especializada en una gama de estudios, ya que existen locutores que solo dominan ciertas temáticas y cuando llega el momento de dar opiniones de otros temas no saben y esto causa un silencio o mala información en el público.

Entonces esto nos lleva a concluir que la radio influye en el aprendizaje del adulto de clase media, a través de 3 formas de aprendizaje, dependiendo en cada individuo la aceptación de lo que escucha.

Primero hace falta mencionar ¿qué es APRENDIZAJE?, es un cambio más o menos permanente en la conducta resultado de la interacción con el ambiente.

El aprendizaje esta lleno de sentido personal y significativo para quien lo hace, esta relacionado generalmente con la situación vital, intereses, inquietudes y preocupaciones de quien aprende.

El **aprendizaje autodirigido** incluye cambios en la conducta observable como la percepción, actitudes, sentimiento y proceso cognoscitivo. Este tipo de aprendizaje es aquél en el que las personas juegan un papel activo, se involucran personalmente, toman la iniciativa, piensan, actúan, opinan, analizan, eligen, deciden, etc. Su palabra y su postura personal es importante y tomada en cuenta. Ellos buscan por su cuenta, amplían y realizan los trabajos de acuerdo con sus intereses, valores y capacidades.

Aprendizaje heterodirigido es aquel en el que son otros los que dirigen el aprendizaje en lugar de que sean las mismas personas quienes lo hagan.

Cada individuo con sus propias preocupaciones, aspiraciones y claro está con sus características de personalidad y su sistema de valores particulares.

El **aprendizaje significativo**: es aquel que tiene un sentido y un valor personal para quien lo hace, que puede ser asimilado, integrado y relacionado con otras experiencias y conocimientos. Se trata de un aprendizaje que necesariamente incluye las emociones y los sentimientos, además de los aspectos intelectuales, psicomotores o éticos y/o sociales que pueda tener.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

La influencia que tiene la radio en el adulto es en su educación informal, por el carácter que tiene como medio de comunicación. A continuación menciono que es Educación informal?

¿Qué es Educación informal? Forma de aprendizaje que adquiere el individuo a lo largo de su vida, que se define como "educación informal". Proporciona un gran acervo de conocimientos prácticos que cualquier individuo está en posibilidad de adquirir. Comprende el proceso por el cual cada individuo logra actitudes, valores, habilidades y conocimientos, a lo largo de la experiencia diaria, por la relación con los grupos primarios (familia, amigos, escuela, trabajo) y secundarios (grupos políticos, instituciones religiosas y culturales), o por influencia del ambiente y de los medios de comunicación colectiva.

Esta acción puede ser ejercida sin voluntad personal y sin motivaciones individuales, aunque también puede consistir en acciones conscientes y voluntarias.

La educación implica un conjunto de procesos de carácter formal, no formal e informal, presentes en el desarrollo social, que interactúan de manera articulada para formar la conciencia real del hombre. Pero la conciencia real, pese a ser producto de la influencia del sistema educativo, siempre es susceptible de transformarse en conciencia posible, en cualquier tipo de modalidad educativa.

En esta parte que estamos hablando del aprendizaje que obtiene el adulto de lo que escucha es muy importante aclarar que la conducta ocupa un papel muy importante, durante y después de todo el proceso de audición.

¿Qué es la Conducta?, aquellas acciones, movimientos observables, cuantificables de algún modo, también influyen procesos psicológicos no observables, ni cuantificables como el proceso de pensamiento, percepción y sentimiento.

¿ Dónde escuchan la radio?

También es importante saber dónde, cuándo, y el uso de la radio que le da el radioescucha.

Hogar 87%

Automóvil 66%

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Trabajo	18%
Transporte	6%
Otros	12%

¿ Cuándo la escuchan?

A toda hora la pueden escuchar, a veces por su propia decisión y otras dependiendo del lugar donde se encuentren, por causas del medio social. Al momento de trabajar, transportarse, jugar, descansar, bailar, etc. (mas adelante se especifica estadísticamente).

La radio es considerado, de entre los medios masivos de comunicación, el más creativo; esto debido a que no cuenta con el apoyo de la imagen, característica con la cual cuentan los demás medios, siendo en este su carácter creativo radica su importancia.

La radio es una fuente rápida y segura de información, al alcance de cualquier lugar y número de personas; los costos de la radio son más reducidos que los de cualquier otro medio.

La radio es selectiva ya que se crean programas que abarquen gustos y preferencias de los radioescuchas, no dejando de ser por esto un medio masivo de gran alcance.

La radio en esencia es móvil ya que es capaz de seguir al radioescucha de una habitación a otra, va a la playa, al restaurante, es compañía en el automóvil, en fin es el medio masivo que puede ir y estar presente donde sea.

En el Valle de México los automóviles realizan un promedio de tres viajes al día. El traslado de un sitio a otro ocupa cada vez mas tiempo y el automóvil se convierte así en un espacio en el que cada día se pasan más horas.

La radio siempre atenta nos acompaña para que nuestro tiempo en el auto se convierta en un momento menos pesado. Nos ofrece una programación variada, nos permite relajarnos con música, entretenernos con programas de comentarios y opinión, nos informa acerca de los acontecimientos más relevantes, nos auxilia con la información vital, en fin, siempre atenta, esta ahí para acompañar nuestros viajes.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Uso de la radio:

La radio fue, desde sus comienzos, el medio principal de comunicación y difusión hasta poco después de 1950, generando toda una era de comercialización y publicidad para todos los anunciantes de aquella época.

En la actualidad la radio es uno de los medios de comunicación con más impacto en la sociedad, nos ofrece información y entretenimiento, a través de sus programas y diferentes perfiles de audiencia, logrando capturar la atención de un gran número de personas.

La radio cuenta con dos tipos de receptores: aquellos que pagan por anunciarse y los radioescuchas que sólo encienden su aparato receptor y escuchan los mensajes y programas de forma gratuita.

La importancia del uso de la radio no sólo radica en ofrecer espacios a los productores y programas a los radioescuchas, radica en el hecho de ofrecer programas atractivos, notas interesantes y en sí información que haga que el radioescucha por propia voluntad sintonice una estación de radio.

La radio es una industria exitosa y por lo mismo requiere de constante competitividad que haga que una estación de radio perdure ya que ofrece algo que las otras no, logrando así crear radioescuchas fieles a estaciones de radio, programas y hasta locutores.

Podemos decir así que el uso de la radio en la actualidad se diversifica a dos grandes rubros:

- 1.- Ofrecer espacios a anunciantes para que vendan sus productos a través de la imagen ya institucionalizada de la programación o estación de radio.
- 2.- Ofrecer al radioescucha un espacio donde encontrará, información, programas de entretenimiento, música y publicidad, todos ellos encerrados en un marco de alta creatividad, sólo posible en la radio.

Características que se enfocan a cubrir las necesidades e inquietudes de los radioescuchas, que seguirán fielmente a sus estaciones de radio, favoritas.

La radio representa un tremendo impacto en la sociedad porque es capaz de afectar actitudes, comportamientos y motivaciones, esto en consecuencia de que la radio

aparece como un medio íntimamente ligado a la personalidad de cada uno de los radioescuchas.

4.9.2 EL PAPEL DE LA PUBLICIDAD EN LA RADIO

Sin duda tanto viejas como nuevas tecnologías conviven en la Ciudad de México, sin nombrar otras que se incorporan a los gustos y preferencias de los diversos públicos, como son, los videocasetes, los video juegos, los casetes de audio, los discos compactos y todo lo que puede ofrecer una computadora equipada con equipo multimedia y acceso a la red Internet.

Frente a esta sobre oferta de medios, es evidente que los gustos y aficiones de la población también se han ido transformando, lo cual sin duda explica el por qué la radio dejó de ser la reina del tiempo libre y fuente de información primaria de la mayoría de los habitantes de esta capital en la última década.

Es aquí donde radica la importancia de la publicidad para la radio, ante esta saturación de medios, no existe mejor solución que venderse a su público, que darse a conocer, que hacerse publicidad para que los públicos receptores estén conscientes de los medios que existen a su alrededor, esto de manera clara y precisa en cuanto a la información que se va a dar del medio, para que el público cuente con mejor discernimiento sobre el medio que piensa consumir y que cuenta con un perfil acorde al de él, y que por más le ofrece toda la información que él necesita saber.

Los medios están en el centro de una gran transformación que lo único que les permite es la excelencia, para encontrarse a la hora en la competitividad de los medios que luchan por hacerse de un público.

La publicidad es sin duda el mejor camino para que la radio habrá nuevamente la brecha y se coloque como medio de primera mano ante los demás, a través, sin duda de mensajes de alta calidad que exalten las ventajas de medio radiofónico.

Influye en las masas con la capacidad de llamar la atención y de calmar al público. La gente puede sacar ahí sus temores o ser influenciado por algún comentario que diga el locutor.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

La voz del locutor puede transmitir distintas cosas según la imaginación aunque no responda a la realidad, si obliga a escuchar para poder saber que te quiere transmitir, logrando educar el oído y sentir una compañía, estés donde estés.

El % de las unidades que posee radio:

Parque vehicular	82%
Automóvil	91%
Taxis	90%
Combis y microbuses	88%
Transporte de carga	60%

Porcentaje de radioescuchas según la clase social:

CC	22%
BC	12%
AB	3%
DE	63%

Porcentaje de radioescuchas según el estado civil:

Casados	56%
Solteros	39%
Viudos / divorciados	5%

Porcentaje de radioescuchas por edad:

15 - 24	21%
25 - 39	18%
más de 40	18%
0 - 14	43%

	Programación abierta	Noticiarios
Radioescuchas:	Mujeres 51.2%	43%
	Hombres 48.8%	57%

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Acostumbran escuchar la radio: 95.4%
No acostumbra: 4.6%
Tiempo promedio de escuchar la radio diariamente: 3.24 horas
La radio llega al 92.2% de la población.
6:00 a 11:00 medio informativo, en el valle de México.

Promedio de días en que se escucha la Radio a la semana
6.3 días.

Porcentaje de población que escucha la radio toda la semana (de lunes a domingo)
84.3%.

Promedio de la población que escucha radio cualquier día de la semana
91.5%.

Tiempo promedio que escucha radio diariamente:
3.24 hrs.

En la programación de la radio se ha perdido esa magia que puede tener. Aproximadamente hace como 30 años, al escuchar la radio, las personas compartían el momento de una manera grupal, ya sea con la familia ó con amistades, se lograba convivir, tan sólo de escuchar. Ahora es de mayor entretenimiento ver T.V. aunque la programación sea de mala calidad.

Existe una sobre oferta de medios, es evidente que los gustos y aficiones de la población también se han ido transformando, lo cual sin duda explica el por qué la radio dejó de ser la reina del tiempo libre y fuente de información primaria de la mayoría de los habitantes de esta capital en la última década. Pero sin embargo, los estudios que presentan mensualmente información de ratings, indican que la radio llega al 92.2% de la población y la T.V. al 71%.

La Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal en su interés por informar del profesionalismo en la radio, realiza una serie de investigaciones que permiten conocer factores importantes para el diario que hacer radiofónico y que, aunados al análisis de

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

otros medios, constituyen un conjunto de aportaciones, cuya consulta cotidiana permitirá promover aún más, a tan excelente medio de comunicación.

En el área metropolitana el 100 por ciento de los hogares tienen radio.

El promedio de aparatos radiofónicos es 3.7 por hogar, sumando aproximadamente 14 millones de radios en el área del gran valle de México.

El 83 por ciento de los automóviles cuenta con radio.

El promedio de tiempo de exposición a la radio en el automóvil es de 1 hora 42 minutos.

El tiempo de contacto con la radio en las oficinas es de 4 horas 36 minutos diarias.

Entre el transporte público y la calle estamos expuestos dos horas y media a la radio.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

CONCLUSION GENERAL

Llego el momento de pasar a la fase final de este trabajo que son las conclusiones por capítulo y generales, para así saber si aprende ó no el adulto de la radio y que es lo que aprende, de acuerdo a la metodología utilizada.

La personalidad de un individuo de acuerdo al cognoscitivismo mediante una visión realista debe de aterrizar en una estrecha relación entre lo espontáneo - libre y lo disciplinario – autoritario para que se puedan incorporar los bienes culturales sin inhibir lo espontáneo de la persona, si esto se da, resulta un conocimiento continuo y asimilación transformadora.

De esta forma el ser humano en el transcurso de su educación la recibe como un proceso progresivamente intencional en el desarrollo, tendiente a la consecución del perfeccionamiento integral de su personalidad, y en diálogo con la naturaleza, cultura, e historia, conforme a su propia individualidad. Si definimos de esta manera la educación, tenemos que la misma es un proceso que abarca la totalidad del ser humano en desarrollo, condicionado por la "naturaleza", entendida como factor hereditario y como medio ambiente físico; por la "cultura", entendida como aporte de los valores y estructuras sociales que ha ido creando el hombre a lo largo de los siglos; y por la "historia", en el sentido del influjo que ejercen las características propias de cada época. Para esto también tenemos que ver la clase social del individuo.

La clase social del ser humano que vive en constante relación, se dividen en 3 formas:

- a) De convivencia.
- b) De contacto
- c) De tratamiento

Las de convivencia se derivan del simple hecho de que las clases sociales forman parte de un todo que es la sociedad y por lo mismo, coexisten; sus miembros se entremezclan diariamente en diversos lugares y en distintas formas sin ponerse en contacto, sin llegar a tratarse .

Los contactos son relaciones superficiales entre individuos de diferentes clases.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

Tratamiento es un contacto frecuente entre las personas, en situación de aparente igualdad, que establece entre ellas ciertas obligaciones íntimas de carácter moral.

El proceso de comunicación tiene 3 elementos: la fuente, el mensaje y el destino. La fuente puede ser un individuo o una organización de comunicación. El mensaje puede presentarse como la tinta impresa en el papel, las ondas de sonido. Los mensajes se componen de signos, que es una señal que representa algo para nuestra experiencia.

El destino puede ser un individuo que escucha, ve o lee, o el miembro de un grupo, o un individuo perteneciente a un grupo en particular que es denominado público masivo. Las categorías del mensaje: diversión, relaciones personales, identidad personal y la vigilancia del entorno.

La comunicación puede definirse como un proceso que relaciona a dos o más sujetos, permitiendo traer alguna cosa a la memoria o a la imaginación, en común de significados, de acuerdo a reglas convencionales. Y que es la radio.

La radio es un medio de comunicación de masas integrado por señales, signos, códigos y significados traducidos en voces, sonidos, música y efectos sonoros. Es un sistema estructurante y comunicante de signos. La función del signo consiste en comunicar ideas por medio de mensajes. Esta operación implica un objeto, asunto o tema del que se habla y que se denomina referente o signo, un código, un medio de transmisión y un destinatario.

La conducta está determinada por la experiencia previa. Interesa el efecto de una comunicación sobre el receptor y el efecto que la reacción del receptor tiene sobre el emisor.

La comunicación no sólo transmite información sino que al mismo tiempo, impone conductas.

La radio es el medio que ofrece mayor juego creativo, pues uno de los sentidos humanos, la vista no interviene; entonces el radioescucha tiene que reconstruir mentalmente los escenarios que los sonidos le sugieren; el resultado siempre será más rico que una imagen fabricada.

La radio permite trasladarse a cualquier época o circunstancia; hacer gigantescas escenografías o monstruosos lugares e impresionar con lo que parece ser un despliegue de actores.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

La radio es una invitación al diálogo, a la conversación, que es una de las maneras significativas de estar juntos. El diálogo se da entre interlocutores que intentan una comunicación interpersonal. La comunicación mediatizada ha introducido en el diálogo humano una injusticia distributiva porque tiende a favorecer al emisor y a minimizar o silenciar al receptor o usuario. El receptor se ve cada día más en situación de diálogo interrumpido, de no poder responder inmediatamente. El buen emisor que intenta comunicarse, es el que considera al oyente imaginario como alguien concreto y se dirige a él con la intención de recibir una respuesta dialógica, y no en forma de monólogo, por eso recurre a ciertos usos promocionales que hacen presente al escucha, con expresiones posibles al hacer referencias personales como "tú que me escuchas", "como ustedes saben", "de acuerdo con eso que ustedes prefieren", "que les parece si ahora vamos".

La radio es personal, selectiva, inmediata, flexible, penetrante. Sus debilidades: fugacidad, atención parcial, multiplicidad, saturación, prestigio.

La educación es formadora de la personalidad dentro de un contexto social puede ser considerada un proceso a la vez que un producto. La expresión de la comunicación educativa conlleva ambos conceptos, el de comportar y distribuir la educación como un bien cultural y el usar el proceso educativo para hacer más eficaz la comunicación. La enseñanza y el aprendizaje suceden a través de procesos de creación, emisión, circulación, y percepción de mensajes en diversos sentidos, muy frecuentemente, a través de estos mensajes se forma a los individuos para una actuación irreflexiva.

El aprendizaje se da cuando existe un cambio de conducta significativo que resulta de la interacción entre emisor y receptor en el intento por la apropiación del conocimiento se aprende cuando se recibe, elabora, incorpora o rechaza información.

Comunicación educativa es el proceso donde el diálogo es la esencia misma del aprendizaje y la participación.

La diversidad de formas de comunicación en la sociedad multiplicando las relaciones entre comunicación y educación, pero planteando a la vez nuevos problemas a la sociedad, en lo general, y a las instituciones educativas en lo particular. De estos problemas sobre los procesos de comunicación en acciones de enseñanza -

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

aprendizaje, algunos de los más significativos se derivan del inadecuado uso de los medios.

Cada formación social segmenta de una manera específica su experiencia del mundo y la reconstruye sistemáticamente al definir sus propias unidades culturales y establecer las reglas para interpretarlas y relacionarlas válidamente entre sí. La cultura es, entonces, para la sociedad, el conjunto de sistemas de unidades culturales (sistemas de significación) que dan sentido a su existencia; y para el individuo el conjunto de tales sistemas, tal como los ha introyectado. La vida social se fundamenta en el uso e intercambio que sus miembros realizan de ese acervo cultural, y a su vez el individuo se desarrolla intelectualmente con base en el aprendizaje y apropiación continua de la cultura.

En los últimos diez años la radio también se ha diversificado, como fiel reflejo de la pluralización política de la sociedad y por efecto de su inserción en la dinámica amplia de la liberalización. Se han incrementado las emisiones de índole política mediante noticieros, entrevistas con funcionarios y líderes políticos, discusiones y debates, y con ello la radio ha participado activamente en la formación de opinión, además de que se ha constituido en un efectivo canal de relación entre gobernantes y gobernados. Esta evolución, resultado del ajuste de la radio a los cambios en la sociedad, tuvo un impacto de profundo alcance también en la radiodifusión, pues significó el regreso del formato hablado, que en los años sesenta había sido desplazado por la música grabada. La influencia de la opinión pública sobre las decisiones de los gobernantes es uno de los mecanismos de que disponen los gobernantes en los regímenes democráticos para impedir las arbitrariedades y el ejercicio autoritario del poder. Los gobiernos democráticos son gobiernos de opinión pública sobre las decisiones gubernamentales se ha hecho sentir en la destitución de funcionarios incompetentes o corruptos; las carreras políticas dependen ahora mucho más de la opinión pública que del parentesco o el compadrazgo; hoy en día los funcionarios saben que actúan bajo la supervisión de ciudadanos que se mantienen alerta al desempeño de sus gobernantes, juzgan sus acciones y deciden su futuro. La opinión es tanto un protagonista que por momentos parece hablar con una única voz, como el medio en que los ciudadanos articulan sus muchas voces para luego emitirlas en las urnas electorales. La importancia de la radio

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

en la formación de opiniones es mucho mayor que la de la prensa escrita, pues según una encuesta levantada en 1994, 65% de la población en México nunca lee un periódico.

Hablar con la gente y no frente a la gente. La programación hablada ubica a la radio como un auténtico instrumento de comunicación humana en doble vía. Tanto emisores como receptores debemos entender que la radio es un punto de encuentro y comunicación de los ciudadanos alrededor de temas de interés colectivo. A través de la participación del público se hace efectiva la función de servicio a la comunidad.

La libertad de expresión debiera tener límites para evitar que se pueda escuchar un lenguaje deformado, exageración de alburas, insultos y vulgaridad extrema que de pronto se convierten en novedad radiofónica y que no tiene nada que ver con el propósito original de este mágico medio de comunicación. La programación hablada debe de ser muy cuidadosa con sus locutores. El universo infinito de radioescuchas merece respeto y no basta sólo con hablar en la radio sino tener algo que decir. Cualquier comunicador debe reunir tres virtudes fundamentales: Conocimiento del tema, conocimiento del lenguaje y ética para saber medir el alcance de su palabra. Los radioescuchas son realmente colaboradores muy activos en las cabinas radiofónicas. Las personas a través de la palabra se han apropiado del medio radiofónico. Es importante para el público saber que la radio no solamente sirve para darle entretenimiento y darle informaciones sino también sirve para reflejar a través de su voz las consecuencias que tienen en su vida privada, en su vida particular, en su vida doméstica y de trabajo las decisiones que se toman en los altos círculos del poder. Es importante que los ciudadanos sepan, entiendan y sientan que su voz es valiosa, que tiene un espacio y por lo tanto, es una voz respetada.

Nunca cesa la búsqueda de compañía. Vivimos en la "ciudad más grande del mundo", y aunque nos cueste trabajo entenderlo, cada vez estamos más solos. Rara vez tenemos tiempo para platicar, para escuchar. Por eso es indispensable que existan programas que nos ayuden a ejercitar esa capacidad. Sin duda, la música es muy importante, pero creo que poco a poco nos hemos olvidado del verdadero sentido de la radio que es ciertamente divertir, pero también acompañar, enseñar, ayudar y sobre todo platicar, hablar.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

El grupo de discusión, tan sólo es un marco para captar las representaciones ideológicas, valores, formaciones imaginarias y afectivas, etc., dominantes en un determinado estrato, clase o sociedad global. Así definida, la discusión de grupo no debe, pues, ser confundida con ningún tipo de procedimiento o dinámica psicológica particularmente "sofisticados", o llenos de complejidades técnicas u ocultos resortes, sólo "manipulables" por algunos iniciados "súper tecnócratas" del grupo, poseedores exclusivos de la serie de "claves" de la dinámica de grupo: lejos de ello, la discusión de grupo aplicada a la investigación sociológica motivacional, constituye tan sólo una simple toma de contacto con la realidad, o mejor con una reproducción teatral de la misma, en condiciones más o menos controladas, en las que los miembros del grupo colaboran en la definición y en el texto de sus propios papeles, semidirectivamente orientados por un director más o menos experimentados, al que le bastan un mínimo de experiencia en la conducción de grupos de este género, sentido común y una cierta capacidad de empatía, y sobre todo lo que a veces tiende a olvidarse, la mayor cultura sociológica e histórica general posible y el conocimiento más adecuado del propio problema discutido.

El grupo de discusión se caracteriza por tomar como punto de partida un cuestionamiento general para desencadenar una interacción discursiva y, simultáneamente, una integración de grupo que expresa las diferencias de los agentes y permita la construcción de significados y sentidos negociados; aquí es el propio grupo quien fija la dinámica.

El grupo de discusión las distinciones se expresan en principio como diferencias del habla puestas en interacción (interacción discursiva) para transitar hacia un habla del grupo; se obtienen simultáneamente el proceso de constitución del grupo y el proceso de constitución del discurso del grupo.

El adulto es alguien que evoluciona y cambia continuamente, de manera que su mismo estado es un factor dinámico que le obliga a buscar siempre una definición más adecuada de sí mismo, para adaptarse a las nuevas situaciones en que le colocan su propio desarrollo temporal, el grado de reconocimiento que le ofrece su ambiente social, deterioro de sus diversos tejidos celulares y su aprendizaje, es un cambio más o menos permanente en la conducta resultado de la interacción con el ambiente, está

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

lleno de sentido personal y significativo para quien los hace, esta relacionado generalmente con la situación vital, intereses, inquietudes y preocupaciones de quien aprende.

La radio influye en el aprendizaje del adulto, a través de 3 formas de aprendizaje, dependiendo de cada individuo la aceptación de lo que escucha.

En el **aprendizaje autodirigido**: incluye cambios en la conducta observable como la percepción, actitudes, sentimiento y proceso cognoscitivo. Este tipo de aprendizaje es aquél en el que las personas juegan un papel activo, se involucran personalmente, toman la iniciativa, piensan, actúan, opinan, analizan, eligen, deciden, etc. Su palabra y su postura personal es importante y tomada en cuenta. Ellos buscan por su cuenta, amplían y realizan los trabajos de acuerdo con sus intereses, valores y capacidades.

Aprendizaje heterodirigido: es aquel en el que son otros los que dirigen el aprendizaje en lugar de que sean las mismas personas quienes lo hagan.

Cada individuo con sus propias preocupaciones, aspiraciones y claro está con sus características de personalidad y su sistema de valores particulares.

El **aprendizaje significativo**: es aquel que tiene un sentido y un valor personal para quien lo hace, que puede ser asimilado, integrado y relacionado con otras experiencias y conocimientos. Se trata de un aprendizaje que necesariamente incluye las emociones y los sentimientos, además de los aspectos intelectuales, psicomotores o éticos y/o sociales que pueda tener.

La influencia que tiene la radio en el adulto es en su educación informal; por el carácter que tiene como medio de comunicación. Cada individuo logra actitudes, valores, habilidades y conocimientos, a lo largo de la experiencia diaria; por la relación con los grupos primarios (familia, amigos, escuela, trabajo) y secundarios (grupos políticos, instituciones religiosas y culturales), o por influencia del ambiente y de los medios de comunicación colectiva.

Esta acción puede ser ejercida sin voluntad personal y sin motivaciones individuales, aunque también puede consistir en acciones conscientes y voluntarias.

La radio representa un tremendo impacto en la sociedad porque es capaz de afectar actitudes, comportamientos y motivaciones, esto en consecuencia de que la radio aparece como un medio intimamente ligado a la personalidad de cada uno de los

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

radioescuchas. Influyendo fuertemente en la cultura. La radio es considerada, de entre los medios masivos de comunicación, el más creativo; esto debido a que no cuenta con el apoyo de la imagen, característica con la cual cuentan los demás medios, siendo en este su carácter creativo radica su importancia. El radioescucha encontrará, información, programas de entretenimiento, música y publicidad, todos ellos encerrados en un marco de alta creatividad, estimula la imaginación del radioescucha.

En el grupo de discusión una persona ama de casa menciona que la radio era su compañía y además su informante porque a pesar de estar lejos de los hechos, esta informada de lo que sucede a su alrededor.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

BIBLIOGRAFIA

- ASOCIACION DE RADIODIFUSORES DEL VALLE DE MEXICO, A. C. 1973 – 1998. "Una historia que si suena". ARVM. México.
- CURIEL, Fernando. 1992. *La telaraña Magnética*. Premia Editora, México.
- CHARLES C. Mercedes y Orozco Gómez Guillermo. 2000. *Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios*. Trillas, México.
- DOLLE, Jean. 1979. *Elementos para un enfoque integrado, de la afectividad y la inteligencia*. Ed. Paidos. Buenos Aires.
- ECO, Humberto. 1987. *Tratado de Semiótica General*. Ed. Trillas. México.
- ESTEINOU Madrid, Javier. 1981. "El surgimiento de los aparatos de comunicación de masas y su incidencia en el proceso de acumulación de capital", Cuadernos del Ticom. UAM – Xochimilco, México.
- FERNÁNDEZ Collado, Carlos. 1970. *La comunicación humana, ciencia social*. Ed. Paidos, Madrid.
- FLOREZ Ochoa, Rafael. 1994. *Hacia una pedagogía del conocimiento*. Ed. Mc Graw – Hill, Colombia.
- FUENTES Navarro, Raúl. 1980. "Proposición de un modelo básico para el estudio y la Investigación de los procesos de la comunicación". Tesis profesional ITESO, Escuela de Ciencias de la Comunicación. Guadalajara.
- GOLDMANN, Lucien. 1992. *Importancia del concepto de conciencia posible para la comunicación, El concepto de información en la ciencia contemporánea*. Ed. Mc Graw – Hill, Colombia.
- GRANADOS Chapa, Miguel Ángel. 1995. "Notas sobre la radiodifusión y sus artistas culturales. Nueva forma de cultura." Revista mexicana de comunicación # 42. México.
- IBÁÑEZ, García Alvira. 1992. *Cinco vías de acceso a la realidad social*. Ed. Trillas. México.
- IBOPE AGB. 1998. "Fuente: Índice de Radio de enero a diciembre de 1998". Miembro de la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación). México.
- INHOLDER, B. 1975. *Aprendizaje y estructuras del conocimiento*. Ed. Morata, Madrid.
- JUÁREZ Chávez, Diego. 2002. "Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación". DIMA: Diseños de Ingeniería y Medio Ambiente. ENEP ACATLAN. Colegio de Profesores de Educación y Comunicación. Universidad Nacional Autónoma De México. México.
- KAPLUN, Mario. 1994. *Producción de programas de radio*. Ed. Cromocolor, Quito.
- KATZ Doria y Costa Lima. 1985. *Diccionario Básico de Comunicación*. Ed. Paidos. Madrid.
- LEGRAND, Paul. 1994. "La Evolución estructural del adulto". DINEA. Textos y documentos. Buenos Aires.
- LEMUS, Luis Arturo. 1990. *Pedagogía. Temas fundamentales*. Ed. Paidos. Madrid
- LOPEZ Veneroni, Felipe. 1995. "Revista mexicana de comunicación", # 42. México.
- MARSHALL, Mc Luhan. 1973. *La Comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. Editorial Diana. México
- MORENO LOPEZ, Salvador. 1993. *Guía del aprendizaje participativo. Orientación para estudiantes y maestros*. Ed. Trillas. México.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

- NUÑEZ, Ma. Salud. 1973. *El desarrollo de la inteligencia según la psicología genética de Jean Piaget*. Tesina, Facultad de Psicología. UNAM . México.
- PIAGET, Jean. 1976. *El estructuralismo*. Edit. Paidos. Barcelona.
1973. *El juicio moral en el niño*. Edit. Paidos. Barcelona.
1977. *Psicología de la inteligencia*. Edit. Paidos. Barcelona.
1979. *Psicología y epistemología*. Edit. Ariel. México.
1972. *Tratado de lógica y conocimiento científico*. Edit. Paidos, Buenos Aires.
- PRIETO, C. Daniel. 1985. "Comunicación y educación". Revista Latinoamericana de comunicación. Cuadernos de Chasqui. Quito.
- RAMOS, Danache, Fausto. 1993. "La comunicación educativa y la política de comunicación de la institución universitaria", en Perfiles Educativos. Nueva Época. México.
- REBEIL, Ma. Antonieta. (Et. Al). 1991. *Perfiles del cuadrante*, Trillas. México.
- RUSSI ALZAGA, Bernardo. 2001. "Grupos de discusión: de la investigación social a la investigación reflexiva". UNAM, México.
- SANTOYO, Rafael. 1981. "Algunas reflexiones sobre la coordinación de grupos de aprendizaje". En Perfiles Educativos. CISE – UNAM, México.
- WATZLAWICK, HELMICH y Jackson. 1991. "Teoría de la comunicación humana". Mc Graw – Hill, Colombia.