

ESCENARIOS Y DESAFIOS DE LA EDUCACIÓN PARA LA RECEPCIÓN A FIN DE MILENIO*

GUILLERMO OROZCO GOMEZ**

RESUMO: Reconhecendo que a educação para a recepção, mais que um mero esforço pedagógico, é uma necessidade de sobrevivência cultural e democrática da sociedade contemporânea, neste artigo se analisam alguns dos desafios que enfrentam este esforço educativo no limiar do novo milênio, ou seja: a crescente monopolização da informação e da cultura e a tecnificação da vida cotidiana.

PALAVRAS-CHAVE: Teoria da Recepção
Educação para a Recepção

ABSTRACT: Acknowledging that education for reception, much more than a simple pedagogical effort, is necessary for both cultural and democratic survival in contemporary society, this article analyses some of the challenges faced by this educational exercise at the doorstep of the new millenium, that is: the growing monopolization of information and culture and the technologization of daily life.

KEY-WORDS: Theory of Reception
Education for Reception

* Conferência apresentada no Congresso Internacional Educacion, Medixs Masivos y Transformaciones Culturales, 1994, Buenos Aires. Artigo publicado no original conforme autorização do autor.

** Doutor em Educação pela Universidade de Harvard. Professor Titular da Universidade Iberoamericana da Cidade do México.

La Educación para la Recepción (ER) en sus varias modalidades y calificativos enfrenta actualmente un desafío múltiple que, a la vez que abre nuevos horizontes al trabajo pedagógico y comunicacional, plantea una serie de nuevos problemas que rebasan lo estrictamente educativo y requieren ser abordados política y culturalmente en distintos niveles y escenarios sociales.

Reconociendo que la ER, más que un mero esfuerzo pedagógico para desarrollar competencias comunicativas en los miembros de la audiencia de medios masivos, es una necesidad de sobrevivencia cultural y democrática de toda la sociedad, el objeto de esta ponencia es discutir algunas de las implicaciones que conllevan las actuales tendencias de modernización que están zurcando incisivamente el desarrollo de la comunicación y la cultura hacia el fin del milenio y desafían el trabajo educativo con los distintos segmentos de la audiencia.

La discusión en las páginas siguientes está organizada en dos partes. En la primera se contextualizan dos de las tendencias modernizantes que mayormente están desafiando a la ER: la “privatización de la emisión” (medios masivos, procesos y agencias de comunicación) y la galopante “tecnificación” del intercambio comunicativo a todos los niveles de la vida social (masivo, grupal, interpersonal, privado y público). En la segunda parte se abordan algunos de los desafíos específicos que enfrenta la ER, y se proponen estrategias para enfrentarlos.

EL ESCENARIO DE LA MODERNIZACIÓN

Confrontados a una creciente complejización de los sistemas de comunicación vigentes y a su rápida transformación, muchas veces en sentidos que no concuerdan con aspiraciones y principios de la propia cultura, éticos y jurídicos, los esfuerzos por abordar con sentido crítico las necesidades educativas de las audiencias frente a los medios masivos y sus mensajes en América Latina tienen que contextualizarse dentro de una aspiración mayor por responder a los desafíos con una voluntad explícita de contribuir a la democratización del intercambio social en su conjunto. El ámbito de acción de la ER no puede seguir siendo sólo el del desarrollo educativo o comunicativo de individuos y grupos. Sin dejar de atender las demandas a las que tradicionalmente la ER ha respondido, es necesario ubicar sus coordenadas en las intersecciones más relevantes del intercambio social: Estado/Medios Masivos/ Cultura/ Sociedad Civil.

De los distintos componentes, características y perspectivas del proceso de modernización que prevalece en varios órdenes de la vida social me parece importante destacar, para efectos de esta ponencia, dos de sus tendencias principales.

La Privatización de la Emisión

Em primer lugar me quiero referir a la tendencia de privatización. Tendencia que se percibe muy nítidamente en los sistemas de comunicación vigentes en la mayoría de nuestros países. Esta privatización, que denominaré de la emisión, se manifiesta en el control cada vez mayor por parte de grupos privados nacionales, y sobre todo por el gran capital transnacional, de los insumos a los procesos comunicativos y las reglas y condiciones de su producción y distribución (Sánchez, 1992).

El control privado de la emisión tiene varios componentes. Uno de ellos es el internacional que se inscribe a su vez dentro de una tendencia mayor identificada como de “globalización” del intercambio sociocultural. La vieja idea de McLuhan de la Aldea Global se va concretizando en esta última década del siglo XX, en todo caso, como una globalización caprichosa y enormemente excluyente. Caprichosa porque obedece a reglas del juego impuestas y por tanto autoritarias con respecto a la propiedad y usufructo de la información y de las industrias culturales.

Si bien parece desvanecerse el consenso sobre un crudo imperialismo cultural en favor de uno sobre la “proximidad cultural” denominado también como de “hibridación” de las culturas contemporáneas (García Canclini, 1990), surge un fenómeno al parecer de interdependencia. Si embargo, cuando se analizan casos concretos como el de TV Globo en Brasil o Televisa de México, lo que se aprecia es más bien una “interdependencia asimétrica” de estas industrias con respecto a otras en el escenario mundial, donde si bien estos monopolios dominan la producción de algunos géneros televisivos, como las telenovelas, siguen estando en abierta desventaja con respecto a la producción, venta y distribución internacional de la mayoría de los otros géneros (Straubhaar, 1994).

Es excluyente esta privatización globalizada porque sólo ciertos monopolios y grupos pueden acceder a controlar (incluso asimétricamente) la generación y demás mensajes y géneros programáticos. Los pequeños y medianos grupos independientes paradójicamente — al igual que en los otros ámbitos de la economía “moderna” — al tener acceso a cierta tecnología y sobre todo al poder realizar una producción creativa, fresca, se topan con la dificultad de colocar sus productos en los mercados internacionales y aún nacionales, y competir abiertamente, independientemente de su calidad. Hay excepciones, por supuesto, pero éstas más bien confirman la regla.

En el escenario mundial de la comunicación los pequeños tienen entradas marginales y esporádicas y la gran producción de las industrias transnacionales domina e impone sus condiciones.

Otro de los componentes es el nacional. El caso de la adquisición reciente en México de la cadena estatal de televisión por un grupo privado es un caso ejemplar que ilustra cómo el criterio que definió la venta por parte del gobierno actual fue el

económico, en primer lugar, y luego el político, no el técnico ni el cultural, ni la pertinencia del proyecto televisivo a desarrollar por el grupo comprador. Para ponerlo en palabras simples: quien pudo pagar más se llevó el paquete de medios ofertado, y todas las demás condiciones puestas por el mismo gobierno para decidir la venta fueron soslayadas (Orozco, 1993).

Un tercer componente es el político. Los estados nacionales han venido abandonando, aparentemente, su papel protagónico en la producción de mensajes. Aparentemente, porque mientras ponen a la venta las empresas massmediáticas históricamente bajo su propiedad directa, refuerzan su papel y estructura para la emisión selectiva de sus mensajes de propaganda. Esto es, para un uso más inteligente tanto de los tiempos y espacios que tienen los gobiernos por ley establecidos, como para una emisión más certera del tipo “riego por goteo”. A la vez, fortalecen sus estructuras y estrategias de supervisión y censura de la emisión de todos los medios masivos.

Aquí se presentan, entonces, dos fenómenos paralelos. Uno, el del abandono de la propiedad de las industrias culturales em manos del capital privado, nacional o transnacional. Otro, el fortalecimiento de sus capacidades de supervisión y censura de la producción y circulación informativa. Nuevamente ilustro con el caso mexicano.

En los últimos años el gobierno mexicano ha vendido la mayoría de sus empresas relacionadas con la producción y emisión informativa. (Canal 13 y 7, Diario el Nacional, Teléfonos de México, etc.) Al mismo tiempo ha creado oficinas de “comunicación social” em todas sus dependencias, desde donde se emiten “boletines informativos” con la verdad oficial. Asimismo, las dependencias gubernamentales contratan agencias privadas para realizar encuestas de opinión entre la población, e incrementan la producción de mensajes propagandísticos para manejar su imagen pública y publicitar sus diversos programas de servicio, como el PRONASOL, a través de los medios masivos.

Los miembros de la audiencia percibimos la existencia de acuerdos de cúpula entre viejos y nuevos propietarios de los medios, por ejemplo entre los directivos de Televisa y el gobierno, para informar sólo de ciertas cosas y sólo de ciertas maneras. Además, hay una explícita guía del Ministerio de Gobernación sobre la manera adecuada de tratar y presentar noticias “difíciles” como la del conflicto de Chiapas en la zona sur del país. Al comienzo del conflicto y luego en otra ocasión, del Ministerio de Gobernación salieron boletines de prensa para los radiodifusores “sugiriendo” nombrar sólo como “alzados” a los miembros del Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) primero, y luego para no reportar en directo el diálogo de éstos con el comisionado para la paz y la reconciliación. Ambos “comunicados” oficiales fueron publicados en el nuevo Diario Reforma de la Ciudad de México.

El corolario de la estrategia de censura creciente del gobierno mexicano a la emisión independiente ha sido la instrumentación a partir de mayo de una red para

detectar radioemisoras clandestinas en cualquier parte del país. Esta red, con centro de controles en el Distrito Federal, podrá detectar cualquier mensaje y a partir de ahí ubicar su procedencia geográfica específica. Quien quiera emitir señales, a partir de ahora tendrá que registrarse, cumplir una serie de requisitos y estar en permanente observación (Orozco, 1994).

El caso mexicano, aunque con matices propios, ilustra un fenómeno generalizado en los países occidentales y en particular latinoamericanos. El mismo fenómeno se ha presentado ya en países europeos, donde, por ejemplo, había una fuerte tradición de televisión pública (Inglaterra, Italia, España) y después en los de nuestro continente (Chile, Venezuela). Aquí, los gobiernos también han ido vendiendo a grupos particulares sus empresas de medios masivos. Quizá la diferencia estaría por una parte, en los grados de autoritarismo de los diferentes regímenes, ya que de ello depende el grado de control que quiera mantener cada gobierno sobre los medios, una vez que los vende, así como sus modos de instrumentar ese control. Por otra parte, la presión de ciertos grupos sociales puede jugar un papel definitivo en salvaguardar algunos medios para la audiencia. El caso del Canal 22 Mexicano que ha quedado como una TV cultural, es un ejemplo de lo que grupos de presión organizados puede lograr en momentos coyunturales.

Una tarea pendiente para los investigadores latinoamericanos sería la de analizar en cada país las peculiaridades en que se vivencia este fenómeno para encontrar los modos específicos de control y funcionamiento de los sistemas de comunicación. Para los comunicadores y educadores preocupados por la ER, la privatización de la emisión nos interpela con urgencia de maneras concretas que abordaré posteriormente.

La Tecnificación del Intercambio Comunicativo

La vida moderna, o mejor dicho, la condición moderna de la vida, está en gran parte identificada por la tecnificación de nuestro intercambio comunicativo, interpersonal, grupal, y masivo. El componente masivo es quizá con el que estamos más familiarizados, por la presencia expansiva de los medios de información y en particular de la televisión (TV).

Para ilustrar este acelerado proceso de tecnificación de nuestro intercambio quiero referirme al caso de la TV y posteriormente al de la telefonía. La TV ha tenido una diferenciación intrínseca en cuanto a sus modalidades, desde la TV broadcasting, o TV de largo alcance, hasta los videojuegos, pasando por las distintas opciones de TV pagada: cable, sistemas codificados, TV vía satélite. Cada una de estas modalidades implican cambios en la manera de emisión y también de recepción y sobre todo, en las condiciones de acceso para la audiencia. El fenómeno que aquí se presenta, en síntesis, es uno de mercantilización de la recepción televisiva, ya que cada vez más, disfrutar de

la programación televisiva se va volviendo un asunto de paga y los diferentes mensajes una mercancía.

El otro aspecto importante de esta diferenciación intrínseca de la TV tiene que ver con los usos múltiples del televisor. Actualmente éste ha adquirido una capacidad polifacética. Además de ser un aparato receptor de mensajes via antena aérea, cable y/o satélite, el televisor adquiere nuevos usos. Uno es para ver las distintas modalidades de programación televisiva. Otro es para disfrutar del cine a través de una videocassettera, otro más es como pantalla para los videojuegos. En fin, un televisor sirve también de instrumento para la computadora o para usar la amplia gama de paquetes de aprendizaje interactivo. El televisor, entonces, sirve para usos estrictamente televisivos, cinematográficos, informativos, educativos, culturales e informáticos.

Además de los componentes económicos y tecnológicos de la diferenciación intrínseca de los medios masivos, está el componente de las transformaciones culturales que ella conlleva en la interacción comunicativa a nivel grupal e interpersonal.

El caso de la tecnología telefónica es ilustrativo. Los avances en telefonía, si bien permiten una mayor eficiencia en la intercomunicación, también acarrearán una clara despersonalización del intercambio comunicativo. Por ejemplo, las máquinas contestadoras hacen posible dejar el mensaje, sin tener que hablar directamente con el destinatario. El fax a su vez permite usar el teléfono para enviar un mensaje escrito, y no sólo oral, como tradicionalmente se había hecho, donde tampoco hace falta tener un contacto personal con el destinatario. El correo electrónico, via modem, amplía la posibilidad abstracta de comunicación, pero la cierra en lo concreto al permitir prescindir de la interlocución directa. En síntesis, lo que acarrearán estas nuevas tecnologías es la posibilidad de mayor eficacia en la transmisión de datos, pero una reducción de la comunicación interpersonal.

El caso más patético de las consecuencias de la tecnificación de la comunicación en la vida cotidiana es lo que Kaplún (Orozco e Inestrosa, 1993) agudamente señala como el crecimiento del "autismo", ese síndrome moderno de la comunicación en la sociedad contemporánea. Esto debido sobre todo a los Videojuegos y al Walkman, que provocan que al entrar en contacto con información u otro tipo de mensajes auditivos o visuales, nos aislemos del entorno inmediato y, por supuesto, de los demás.

Por otra parte, es importante explicitar que el desarrollo tecnológico de los instrumentos que intervienen en los procesos comunicativos no obedece, como lo hemos visto en los ejemplos mencionados, a una necesidad por ampliar y mejorar la comunicación como tal, sino por el contrario, obedece a criterios eficientistas, económicos de una mera transmisión informativa. Ni siquiera obedece a criterios intrínsecamente técnicos.

El determinismo tecnológico por el cual se ha afirmado que el futuro de una tecnología depende sólo de aspectos técnicos intrínsecos de los cuales brota un nuevo

invento, históricamente ha mostrado ser una falacia, ya que como demostró R. Willia una tecnología sólo llega a serlo cuando es redituable económica o políticamente, no cuando existen las posibilidades técnicas que la sustentan (Orozco, 1993b).

El caso de la TV a color ilustra lo anterior. De todas las opciones para el color, se escogió aquella que era más rentable, aunque no necesariamente la de mayor calidad. Más aún, en Canadá se retrasó la transmisión televisiva a color, no porque no existiera la tecnología, ésta ya se venía empleando en los Estados Unidos, sino precisamente porque los productores de este país tenían que circular su antigua programación blanco y negro, usufructuarla, y la audiencia canadiense representaba un excelente mercado.

La tecnificación del intercambio comunicativo en la vida cotidiana, privada y pública, cultural y comercial, aunado a la privatización de la emisión determinan en gran medida el escenario cultural y específicamente mediático y más aún el del futuro. Todo hace pensar que estas tendencias predominantes no son reversibles, lo cual nos confronta con un desafío múltiple, que yo considero, es fundamentalmente un desafío de *rescate*. Un rescate con letras mayúsculas. Un *rescate cultural de los medios masivos y tecnologías de información para las audiencias*.

EL DESAFIO MULTIPLE CONTEMPORANEO DE LA ER

El desafío de la ER hacia el fin del milenio se manifiesta sobre todo en la necesidad de *diversificar* los objetos, objetivos y ámbitos, es decir las *estrategias* de la propia ER. Se hace impostergable un replanteamiento de la ER, que como mencionaba al principio, rebasa lo estrictamente comunicativo y pedagógico.

A continuación brevemente apuntaré algunas de las vertientes que requieren replantearse, ilustrando en su caso con ejemplos específicos. Más que plantear todas las dimensiones, mi propósito en esta segunda parte es el de indicar elementos que requieren ser ampliamente discutidos y adecuados a las condiciones particulares de los diferentes países latinoamericanos.

Hasta ahora, las variadas experiencias de ER en la región latinoamericana al mismo tiempo que ofrecen en conjunto varios avances tanto conceptuales como en métodos y técnicas, varios aciertos, mayor creatividad y rigurosidad en su realización, una producción creciente de materiales didácticos y una mayor aceptación social y hasta posibilidades de institucionalización, como recientemente ha pasado en Chile, muestran también su insuficiencia para hacer frente a las tendencias mencionadas y desarrollar alternativas que incidan en sus distintos componentes (Ceneca, 1992).

Haciendo un breve repaso de algunas de las características dominantes de la ER en América Latina, se aprecia un resago histórico en muchas de sus propuestas, manifiesto en algunas posiciones abiertamente reduccionistas.

La Predominancia del Análisis de Contenido de los Mensajes en la ER.

Tradicionalmente uno de estos reduccionismos se ha expresado en privilegiar el contenido de los mensajes de los medios masivos, como el blanco del esfuerzo educativo. Varias modalidades de Lectura y Recepción Crítica se han realizado como un análisis contraideológico de mensajes, redundando en todo caso en un reendoctrinamiento de la audiencia (Kaplún, 1992).

Es importante reconocer que en la región latinoamericana, los comunicadores y educadores críticos preocupados por el avance y expansión de los medios masivos en la sociedad han centrado su atención, a veces casi exclusivamente en los aspectos ideológicos de los mensajes, asumiendo de modo implícito, que el solo contacto con ellos produce el efecto, al que se tratará de combatir. Asumiendo también que el combatirlo supone una táctica de sustitución, de “sacar un clavo con otro clavo”.

Lo anterior, su vez ha implicado otro supuesto discutible, que tiene que ver creer que la ER es ante todo una estrategia defensiva, cuyo principal objetivo es inocular a los miembros de la audiencia con respecto a ciertos contenidos no deseados, deseminados por los medios masivos.

Curiosamente en países como los Estados Unidos, la preocupación fundamental de la sociedad frente a los medios masivos en los sesentas y setentas ha sido más por sus lenguajes y formas, que por sus contenidos. De aquí que se hayan generado estrategias denominadas de Alfabetización a los Medios, en especial a la TV y la computadora, algunas veces también implementadas en curricula escolares, como el fomento de las destrezas receptivas (“Receivership Skills”) (Charles y Orozco, 1992). Sin embargo el centrarse en los aspectos formales y técnicos de los mensajes también ha implicado un reduccionismo, en la medida en que se ha abandonado el contenido.

Lo que hemos aprendido los educadores de los medios es que los medios son forma y contenido a la vez, son propuestas codificadas específicas, pero además mucho más que eso, y es a todo eso más, a lo que debe apuntar la ER.

La Inercia de Esterotipos Y Concepciones Rigidas del Proceso Comunicativo en los Análisis de ER

Cuando se analizan los componentes del proceso de la comunicación o los propios medios masivos, se tiende muchas veces a confundir varias elementos. Por ejemplo, información con comunicación, educar con enseñar o instruir, lenguaje audiovisual y lenguaje (televisivo) eletrônico. Sobre este último quisiera abundar aquí sólo para ilustrar la necesidad de abandonar ciertas concepciones que no nos ayudan a entender las nuevas dimensiones de las transformaciones culturales que estamos vivenciando.

Tomando como caso de análisis el de la TV, encontramos que el lenguaje electrónico, cuyo prototipo más avanzado es el Video Clip, muestra que la lógica de articulación del lenguaje televisivo puede ser muy distinta de las otras lógicas antes conocidas: orales, auditivas, visuales, escritas y aun adiovisuales o cinematográficas. Es una lógica que por falta de otro calificativo denominaré electrónica, donde se alteran las codificaciones tradicionales, los ritmos y los ámbitos de interpelación de los receptores, a la vez que se abre la estimulación simultánea de casi todos nuestros sentidos (Fuenzalida, 1990). El lenguaje electrónico, entonces, al tiempo que yuxtapone elementos variados que apelan más a la emotividad que a la razón, que abruptamente nos involucra en diversas dimensiones sensoriales, implica que los contenidos racionales e ideológicos son en todo caso una parte del todo.

Por otra parte, la investigación de los diversos procesos de comunicación, especialmente los estudios críticos de la audiencia, han ido mostrando contundentemente, que en esos procesos hay muchas mediaciones, muchas complicidades, muchos determinantes situacionales y culturales que complejizan la interacción entre audiencias y mensajes y compiten por la paternidad de sus resultados.

En los esfuerzos de ER las audiencias no pueden seguir siendo consideradas sólo o siempre víctimas de los mensajes de los medios masivos, aunque a veces si lo sean. Las audiencias también solemos ser cómplices, y reaccionamos activamente. En ocasiones hiperactivamente. El estereotipo de la pasividad que se atribuye a la audiencia televisiva, más bien es una condición deseada (a veces lograda, desgraciadamente) por ciertos mensajes para evitar precisamente una recepción crítica o más autónoma de ellos.

No obstante, hay que ubicar lo que constituye el fenómeno de la nueva victimación o las condiciones que hacen posible que las audiencias sean víctimas y sigan siéndolo hacia fin del milenio. Lo esencial parece estar en la incapacidad colectiva, social, más que individual, para definir las referencias proporcionadas por los medios. La fuente ya no es un aparente Estado monolítico, sino varios monopolios, algunos dentro de los países, pero otros fuera. Así, la fuente de los mensajes se vuelve cada vez más difusa, menos tangible. Conjuntamente, los criterios para decidir qué se produce, transmite y circula obedecen cada vez más y casi sólomente, al interés económico de competir en un mercado más monopolizado y obtener mayores dividendos, no al interés social de servir a la audiencia.

Aunado a la incapacidad para incidir en forma colectiva en la producción y definición de la referencia comunicacional, referencia cada día más monopolizada por un solo medio, la TV, está la dificultad de sancionar socialmente las referencias. Desde donde emitir los juicios para analizar la pertinencia de determinados mensajes, cuando ya no existen las grandes teorizaciones, esos conjuntos de certezas que por mucho tiempo nos dieron seguridad, por lo menos intelectual para observar el mundo?

El resultado es que la “nueva” victimación en todo caso radica en nuestra creciente exclusión como audiencias y como sujetos del proceso de comunicación, tanto a nivel masivo, como interpersonal. Peor aún, además de la exclusión de la dinámica de los medios hay una homogenización de la referencia massmediática. La supuesta “aproximación de las culturas” muchas veces se explica por esta internacionalización de las referencias, a través de la cual se define lo que se rentable transmitir en los medios masivos, aquello que vale la pena ser reportado o catalogado como noticia, etc. Habría que analizar más esas aproximaciones culturales y el papel concreto que en ellas están jugando los medios masivos actualmente.

Por otra parte, el proceso de la recepción de medios masivos es además de complejo, impredecible y aun contradictorio (Orozco, 1992). Es un largo proceso que se mezcla y confunde con la cotidianidad y que se realiza no sólo mientras se tiene contacto directo con el mensaje, sino antes y después, en su selección y modos de exposición y en sus múltiples reapropiaciones posteriores.

Todo lo anterior apunta a la necesidad que tiene la ER de diversificar desde su *problematización del fenómeno comunicativo*, en todas sus partes: recepción, transmisión, producción, así como las diversas técnicas y objetos de trabajo. La necesidad de instrumentar una estrategia más integral de la ER, que involucre y atienda simultáneamente varios de los componentes del proceso comunicativo se va volviendo en condición indispensable de cualquier esfuerzo en este sentido, por más modesto que parezca.

No basta con el análisis de contenido, por más crítico que éste sea. Desde la recepción, hay que cuestionar hábitos, actitudes de la audiencia frente a los medios, maneras de disfrutar el tiempo libre, preferencias programáticas. Desde la sociedad hay que esclarecer necesidades comunicativas y educativas, demandas y expectativas a los medios (a la manera de Fuenzalida y Hermosilla: “las visiones y Ambiciones de los televidentes” (1990).

Desde otras instituciones sociales como la escuela y la familia o la iglesia, hay que definir procesos claros y precisos de análisis de las interacciones del intercambio social y sus componentes a todos los niveles. Los viejos ámbitos y posibilidades que Fuenzalida definía para la entonces llamada “Educación para la Televisión” (1986): la familia, la escuela, las asociaciones religiosas y los barrios, requieren ser ampliados, analizados más detalladamente y problematizados pedagógicamente. La segmentación de la audiencia en función no sólo de los ámbitos de acción de los trabajadores de la ER, sino principalmente de sus patrones de apropiación, es una demarcación que requiere realizarse con base en resultados obtenidos a través de la investigación.

La Persistencia de Viejas Alianzas en la ER.

La estimulación de las asociaciones de televidentes, la problematización y discusión colectiva del tiempo libre y las opciones al alcance para disfrutarlo de maneras diversas, y paralelamente el fenómeno de monoconsumismo cultural que se aprecia en las zonas urbanas de nuestros países, tienen que ser temáticas propias de los trabajadores de la ER. Esto no puede lograrse sin el establecimiento de nuevas alianzas.

Tradicionalmente la escuela, la iglesia y algunas ONG que convocaban diversos tipos de grupos, han sido los ámbitos de trabajo de los educadores de la recepción. Lo más probable es que seguirán siéndolo y que es conveniente de esta manera. Sin embargo, no es suficiente. Se requiere estimular la insurgencia de nuevos grupos, asociaciones, y sobre todo alianzas entre distintos sectores de la audiencia. Alianzas a veces situacionales, cuyo objetivo es muy concreto y pasajero y alianzas más perdurables para la realización de varias acciones en conjunto.

En las primeras décadas de trabajo con la ER en América Latina, implícita o abiertamente las alianzas se habían realizado con grupos marginales, con la iglesia o con el Estado. En subsiguientes etapas estas alianzas se ampliaron a las instituciones sociales, en particular al sistema educativo formal. Estamos actualmente en el momento de institucionalizar la ER en las escuelas, con diferentes ritmos y oportunidades, pero con la consciencia de que eso es una necesidad urgente.

Pasar a una tercera etapa en la ER implicará aliarse por una parte, con los sectores emergentes de la sociedad civil, como las diferentes ONG, los movimientos sociales, las organizaciones populares que cada vez más surgen ante la agudización de las condiciones de marginación y extrema pobreza que se expanden entre la mayoría de las sociedades. Pero, por otra parte, es necesario aliarse con los grupos de presión social, con los partidos políticos de oposición, con los grupos sindicales y con otros grupos "independientes", filantrópicos, a los que hay que convencer de que incluyan entre sus objetivos y agendas, programas de ER. La ER requiere de tener una versatilidad tan amplia como la que han ido adquiriendo los mismos medios masivos. Hay que hacer redes de educadores de los medios dentro y hacia fuera de cada uno de nuestros países. Todo esto con la perspectiva de que la democratización de la sociedad, o en su defecto la acentuación del autoritarismo contemporáneo, pasa necesariamente, como bien lo sugiere la temática de este Congreso, por los medios masivos y el trabajo educativo con las audiencias.

BIBLIOGRAFIA

CENECA

1992 Manual Latinoamericano de Educación para los Medios

CHARLES, Mercedes y Orozco, Guillermo

1992 Educación para los Medios: una propuesta integral para maestros, padres y niños, ILCE-UNESCO, México

FUENZALIDA, Valerio (compilador)

1986 Educación para la Comunicación Televisiva, CENECA-WACC, Chile.

FUENZALIDA, Valerio y HERMOSILLA, Ma. Elena

1992 Visiones y Ambiciones del Televidente, CENECA - UNESCO, Santiago do Chile.

KAPLUN, Mario

1992 A la Educación por la Comunicación, UNESCO, Chile.

1992 “Del educando oyente al educando hablante”, en Dialogos No. 37, FELAFACS, Lima, Perú.

OROZCO Gómez, Guillermo

1992 Recepción Televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio, Cuadernos del PROIICOM N° 2, UIA, México.

1993a “La computadora en la educación: dos racionalidades en pugna”, en Diálogos N° 37, FELAFACS, Lima, Perú.

1993b El Mensaje de la TV Mexicana en los 90's, Reporte Ocasional N° 4, PROIICOM, UIA, México.

1994 “Red nacional para ubicar emisoras clandestinas de telecomunicación, un nuevo desafío para la audiencia?”, Columna Audiencias en Revista Mexicana de Comunicación N° 35, junio-julio, México.

OROZCO Gómez, Guillermo e INESTROSA, Sergio
1993 “Cultura de imágenes, no de sentidos”, en Chasqui N° 47, noviembre,
CIESPAL, Ecuador.

SANCHEZ Ruiz, Enrique
1992 “El espacio audiovisual mexicano ante el acuerdo de libre comercio Canadá-
Estados Unidos - México”, en Comunicación y Sociedad N° 15 y 15, enero-agosto,
CEIC, Universidad de Guadalajara, México.

STRAUBHAAR, Joseph D.
1993 “Más allá del imperialismo de los medios. Interdependencia asimétrica y
proximidad cultural”, en Comunicación y Sociedad N° 18 y 19, mayo-diciembre,
CEIC, Universidad de Guadalajara, México.