

De este modo hubo un intercambio fluido y una retroalimentación permanente, donde se destacó la importancia de la investigación en el desarrollo de sus carreras y la práctica profesional.

Docentes y estudiantes a través de prácticas reflexivas pudieron reconocer y efectivizar su trabajo con una actitud responsable hacia sí y hacia los demás.

Esto implica el uso de la libertad responsable como práctica para el crecimiento personal, la convivencia, el fortalecimiento de la identidad, como futuros profesionales en sus diferentes ámbitos de trabajo.

Esto conlleva al desarrollo de actitudes favorables como consumidores culturales responsables y no al servicio de un modelo social caracterizado por la falta de equidad, ausencia de valores, discriminatoria e intolerante. Mi profundo agradecimiento a Mariángeles Pusineri y Paula Danishevsky. Porque siempre es oportuno aprender con el otro. Porque una nueva mirada de la realidad, una palabra, muchas veces nos ubica en el lugar justo de las cosas; sobre todo, si se recorren los espacios cotidianos comunes permitiendo la apertura a un mundo de posibilidades.

El educador, los mass media y la opinión pública: su capacidad de generar el pensamiento crítico en la sociedad mediática (argentina)

Sheila K. Giardino

Ubicación en la historia de la comunicación y la opinión pública

Si consideramos que, el proceso de la comunicación (emisor-mensaje-receptor), es tan antiguo como la prehistoria, el modo en el que los contenidos curriculares se dictan y enseñan, cambiaría sustancialmente.

En un primer estadio (retrospectivamente), los seres humanos se valieron del acto comunicativo no solo para conformar y mantener un esquema de organización social, sino además, para transmitir a la siguiente generación el conocimiento acumulado en el grupo.

De igual manera, -las investigaciones sobre el tema-, han llegado a determinar que este fenómeno de interacción social que supone la comunicación propiamente dicha, se halla necesariamente sustentada por un agregado de creencias, actitudes y puntos de vista individuales que comparten los miembros de una comunidad, y que responde a lo que modernamente se entiende como “opinión pública”. Esto quiere decir que comunicación y opinión van de la mano; o dicho en otros términos, el acto comunicativo conlleva a la formación de opiniones.

Siguiendo un enfoque sociológico, cualquiera sea el medio de comunicación, los individuos captan el pensamiento de otras personas – sobre una cuestión determinada – y lo emplean para formar sus propias opiniones.

En una primera etapa evolutiva, las opiniones no se caracterizaron por ser precisamente “públicas”, ya que no contaban con los medios físicos (materiales) para que

los miembros de las comunidades pudieran difundir eficazmente sus ideas en el espacio, y conservarlas a través del tiempo.

Posteriormente, con las sucesivas “Revoluciones de la Comunicación” que trajo la imprenta (con los periódicos y los diarios), el cine, la radio, la televisión, y hoy por hoy, las nuevas tecnologías, comenzó a aumentar en forma significativa el ritmo de la actividad comunicativa humana.

Sólo a partir de entonces, recién se hace posible caracterizar y definir lo que conocemos como “opinión pública”.

En este sentido, los nuevos medios resultaron más eficaces en cuanto a su “expresividad”, al contener una amplia gama de ideas y sentimientos; su “permanencia” de registro, por una superación del tiempo; “rapidez”, por la superación del espacio, y “difusión”, por su acceso a todas las clases humanas.

El denominado fenómeno de la “Comunicación de las masas” impactó de un modo profundo sobre los aspectos psicológicos, morales, económicos, políticos, creativos y educativos en la vida del individuo común.

Dimensiones de la comunicación educativa

Si empezamos a considerar la tarea educativa como un proceso de comunicación bidireccional, donde el educador orienta y conduce al alumno hacia su propio desarrollo intelectual, estaremos dando un gran paso hacia el aprendizaje significativo.

Si además de asumir esta noción elemental, advertimos el modelo “no formativo” de la agenda de lo *mass media*, e implementamos acciones desde el seno mismo de la experiencia áulica, nuestros alumnos saldrán de la “ralentización del pensamiento” hacia la “posibilidad” de crear desde la acción, investigar desde la acción, pensar desde la acción, elegir desde la acción.

En este sentido, los contenidos curriculares que se manejan en materia educativa en nuestro país, muchas veces carecen de elementos que despiertan el verdadero interés del alumno, y que sólo lo impulsan a aceptar “... una ideología cuyos valores son el individualismo, la insolidaridad, la igualdad formal de oportunidades y la desigualdad natural de resultados, en función de capacidades y esfuerzos individuales”. (Goodman y Green). Debemos internalizar, que –por su rol y función- los educadores somos parte integrante de una realidad social que día a día se construye ante la mirada de un joven alumnado, y que uno de los principales pilares –sino el más importante- es el conocimiento como herramienta que facilita la búsqueda, el contraste y la crítica constructiva.

Desde la remanida frase MC Luhiana “El medio es el mensaje”, el modelo comunicacional educativo, debiera articularse en una relación bipolar activa, caracterizada por una enseñanza interpersonal, dialéctica e intencional.

La mirada está dirigida hacia una noción de sociedad instruida y capacitada por las nuevas generaciones, promotora del disenso crítico, de la interacción de opiniones y contrapropuestas, plasmando de ese modo el auténtico abanico de una clara y manifiesta libertad de expresión.

Funcionamiento de la comunicación de masas y la opinión pública en nuestro país

Es sumamente llamativo que los especialistas en investigación sobre la comunicación, no hayan sopesado plenamente el impacto inicial y sus consecuencias, que los medios de masas provocaron en el mundo entero; y con un perfil muy particular en nuestro país.

En esta cuestión, se inicia el análisis y crítica constructiva de cómo funcionan los medios en la Argentina, y su estrecha relación con la tarea educativa.

Porqué el contenido de los mensajes que promueven y diseminan, genera un estado de opinión que en gran proporción no deviene en un razonamiento crítico, ni de parte de los emisores especialistas (periodistas, comunicadores), ni menos aún, del amplio conjunto de receptores (sociedad-alumnos).

Al respecto, los medios de comunicación son cada vez más el lugar de convergencia de la vida pública. La credibilidad que se les otorga, en particular a la radio y a la televisión, tiene como contrapartida el deterioro en la imagen de las instituciones estatales y públicas.

Los medios han aumentado su credibilidad en la medida en que se constituyen en órganos no partidarios (¿?) de información, denunciando y deliberando. La creciente mercantilización de los mismos ha generado una búsqueda de mejores índices de audiencia bajo el emblema de un servicio para el público, lo que en parte ha favorecido su neutralización política.

La lógica de su funcionamiento parece guiada por la pretensión de seguir fielmente las preferencias del público y de establecer con él una relación peculiar. Pero los medios no solo actúan como los ojos vigilantes de la audiencia, sino que en muchos casos lo hacen como “partes” del juicio, buscando pruebas alternativas, entrevistando a posibles testigos, armando juicios paralelos y provocando de ese modo hechos nuevos dentro del proceso.

Otra tendencia, es la concentración en un mismo espacio mediático de la espectacularización ante la audiencia y el registro de su influencia a través de formas simuladas de “democracia directa” en la lectura de los mensajes de la audiencia; a lo que también se ha agregado el televoto (SMS), que tiene una pretensión de conformar el “estado de la opinión”.

Interpretar el rol de la opinión pública constituida en torno de los medios de comunicación requiere considerar tendencias divergentes, ya que en los propios medios se cruzan mensajes contrapuestos que requieren un discernimiento del espectador.

Sin embargo, el espectador es esencialmente pasivo y cuando ésta es su conexión exclusiva con la vida pública general, solo le queda como experiencia participativa su limitada actividad en otros escenarios de la vida doméstica y laboral, escasamente deliberativos.

Partiendo de esa base, la opinión pública no puede ser considerada un sujeto real aunque su construcción por medio de mediciones, anticipa comportamientos posibles de los individuos, como la del voto, la propuesta, la reticencia al cumplimiento de disposiciones legales, etc., pero sin embargo es introducida en la percepción de las fuerzas actuantes como un actor más.

Por su parte, los líderes políticos que aspiran a construir

lazos representativos con rédito electoral a fin de lograr posiciones de poder, deben producir una apropiada espectacularización de sus mensajes.

Frente a este programa y lejos de adoptar identidades permanentes en el plano político, los ciudadanos eligen con frecuencia según el flujo de los acontecimientos.

El lazo *mass* mediático es inestable. Los líderes manifiestan una dependencia inédita respecto de una opinión pública cambiante, pero la audiencia y los lectores corren el riesgo de ser confinados a una posición pasiva.

Por ello, el enigma que se plantea es saber en qué medida la opinión pública será la forma exclusiva o predominante de la ciudadanía, o por el contrario si es posible que se desarrollen formas de vida ciudadana basadas en una deliberación directa conquistando un lugar activo en las redes comunicacionales.

Principios que atentan en la formación de un “Estado de opinión formador”

Inmersos en la cultura de masas, queda evidenciado que el modelo comunicacional educativo, es atravesado por el modelo de los *mass media*, que ponen en jaque la tarea desempeñada por los educadores. Su poder es masificador, por lo que el desafío al que estamos sujetos los docentes es complejo y nada fácil de sobrellevar.

Hacer zapping en los canales de aire, es ingresar –literalmente- a la sección de policiales o a la sección de espectáculos de un diario. Entre el desfile morboso de cuerpos mutilados, y redondas curvas siliconadas, el denominado pensamiento crítico ingresa a la sala de terapia intensiva.

Se produce un doble discurso. Mientras en la TV, en la Web, o en la radio nos relatan una realidad, en la praxis concreta del aula, el profesor hace intentos denodados por formar una conciencia ciudadana, promoviendo desde la participación y el debate reflexivo.

Pero los principios del mercado y la rentabilidad que persiguen las grandes corporaciones mediáticas, se asienta en la relación que una empresa mantiene con sus clientes.

En nombre de ganar audiencias (consumidores) cada vez mayores, el modelo comunicacional de los *mass media* presenta en sus discursos tres características o principios básicos:

1. Cada vez más, el mensaje de un discurso es un “mensaje simple, sencillo”. Es decir, que se utilizan un número de palabras muy limitado. Esto también implica, que todo lo que es razonamiento complicado, o raciocinio de demostración, los medios lo abandonan, y pasa a la prensa especializada, o pasa a los libros, o a las universidades y a los ensayos. Pero sale del sistema de comunicación tradicional.

2. La segunda característica es la “rapidez”. La información debe ser consumida rápidamente, es decir, sea cual sea el valor de la información, debe darse en un espacio de tiempo muy breve. La idea radica en el fraccionamiento de los datos; se da un fragmento de la información, pero se da ese fragmento como si fuese el todo.

3. La tercera característica es el aspecto en el que estas informaciones con palabras muy sencillas y dichas muy rápidamente, susciten además emociones. Se esta bus-

cando hacer reír o hacer llorar. Pero lo que en realidad se busca es distraer. La información es cada vez más una forma de distracción. Sucesos escandalosos, dramas, han alcanzado un enorme espacio en la información.

Cuando se reflexiona sobre ello, teniendo en cuenta la importancia que supone formar una sociedad con conciencia ciudadana, un sentimiento cívico, o construir un sentimiento de cohesión social, se aprecia que hay una inmensa distancia, entre ese proyecto que podemos atribuirle teóricamente a la información, y la práctica periodística que podemos constatar en la mayoría de los países del mundo.

Otra característica de la información de este momento, es el hecho de que durante mucho tiempo fue extremadamente escasa, en tanto hoy, es extremadamente abundante.

Los antiguos pensadores clásicos pensaban que el mundo estaba constituido por cuatro elementos: el aire, la tierra, el agua y el fuego. Y pensaban que esos cuatro elementos mezclados de una manera más o menos importante constituían nuestra realidad. Sin embargo, en este mundo de principios del siglo XXI, hay un quinto elemento que se ha añadido: es la información, que se ha hecho extremadamente sobreabundante. Por consiguiente, estamos en un universo en el cual hay más información de la que podemos consumir, y que el problema ahora se centra en la selección de información.

Hoy en día no hay ningún poder lo suficientemente autoritario que impida la difusión y circulación de la información. El fenómeno de internet ha permitido tener acceso a “yacimientos oceánicos de información”, siendo nuestra dificultad cómo guiarnos por ese laberinto. Esto pone en el tapete la no menos importante cuestión de la censura. Antes la ejercía el poder político, había muy poca información y el ciudadano se decía a sí mismo que había que luchar para obtener más libertad de comunicar sus ideas, de pensar y crear un estado de opinión libre. Se pensaba que cuanto más libertad se tenía, el ciudadano gozaba de mayor comunicación.

Se sucedieron fuertes contiendas y revoluciones para ganar aquel preciado espacio de manifestación y expresión.

No obstante, el peligro actual en el que hemos caído, es que la excesiva información que en contrapartida genera confusión. Transportemos como educadores, esta realidad a las mentes en formación de los alumnos. Hay tanta información frecuentemente no verificada que ya no sabemos qué pensar. También nos dimos cuenta que esas informaciones que nos llegan, muchas veces nos mienten. El funcionamiento de la realidad se muestra muy relativo.

En esta nueva realidad, ya no se sabe dónde está la verdad, y desde luego no esperemos que los medios contribuyan a guiar.

Empecemos desde la concreta y cualitativa función que cada uno de nosotros –los educadores– podemos aportar al ámbito educativo en general, y al alumnado en particular. Promover un pensamiento divergente, complejo y emancipador no es una tarea sencilla, pero posible.

Un centro educativo no podrá “anular” las falencias, pero sí “paliar” sus efectos.

Ponderando la visión de Stenhouse, coincido que “...el currículum es una hipótesis a experimentar y el aula el espacio en el que se comprueba la validez de las ideas que conlleva”.

Hacia el razonamiento crítico: “Saber pensar, hacer pensar y dejar pensar”

Tal como lo sostiene Albert Halac, nunca como hasta ahora la población Argentina ha estado tan polarizada en los asuntos de interés público.

Mientras “algunos” debatimos apasionadamente, la “mayoría”, que es a veces considerada un repositorio de la sabiduría popular, actúa como si estuviese mal informada o completamente insensible a los problemas comunes.

Al mismo tiempo, el liderazgo político en el poder y los que aspiran a serlo, se mueven en sus designios independientemente del malestar general. No podemos confiar en la variabilidad de la opinión pública ni en las promesas acomodadas del liderazgo político.

Un acercamiento posible a tal problemática social, sería empezar a reconocer las limitaciones de la “opinión pública emocional” como interpretación subjetiva; y desarrollar otro tipo de opinión pública basado en un intercambio racional y deliberado de opiniones.

En este sentido Miguel Pérez Gaudio nos propone un método pensador, interceptor de manipulaciones a través de las informaciones, como instrumento de análisis crítico, creado para que tanto los agentes sociales en general, como los destinatarios – receptores de mensajes, comprueben si lo que le ofrecen o se difunde por los medios masivos es verdadero, falso o dudoso. Es un contrasistema pensador y personalizante, que tiene como finalidad informar, educar, orientar, hacer pensar y promover.

El primer paso a seguir en este proceso, es interceptar la información recibida. Luego, registrar el medio que difundió la información (diario, revistas, agencias de noticias, televisión, etc.). A posteriori se tratará de determinar si el origen de la información: es del tipo periodística (noticia, crónica, comentario, reportaje, etc.); si es información de propaganda, si es información publicitaria, si pertenece al espectro del entretenimiento o géneros literarios o musicales, etc.

En una segunda etapa se definirá quién dice el mensaje, a quién alude, con qué firmeza o vacilación expresa lo dicho (fuerza en el decir) y finalmente cómo se juzga o determina (expresiones más calificantes).

En tercera instancia se delimitará si el emisor es indirecto (emisor encubierto), quién resulta favorecido con la información (beneficiarios) y quién es identificado con referencias negativas (perjudicados), como empresas, grupos sociales, instituciones, etc.

En una cuarta etapa, se procederá a hacer un análisis proyectivo de los contenidos del mensaje informativo tomando “claves culturales” que mediante fundamentos morales, y éticos–sociales catará los valores que se reconocen o niegan en el mensaje, y que tienen que ver con la visión del hombre (visión individualista, colectivista, estatista) y la sociedad (atea, conservatista, fraterno, ideologista, etc.).

Finalmente se procederá a la percepción de las posibles

manipulaciones que posea la información. Cada uno deberá descubrir – con capacidad de sopesar, evaluar, y juzgar las verdades, mentiras, dudas, técnicas de persuasión e influencia cultural que comporta la información.

Tal como lo afirma Miguel Pérez Gaudio, otra válida –e insoslayable- alternativa para mejorar o elevar el estado de la opinión será indudablemente el de empezar a promover en el mismo seno de la educación, un pensamiento crítico: “cuando exponemos al alumno a conceptos complejos relacionados con el mundo del conocimiento, será menester ayudarlo en su comprensión, mostrándole cómo cada concepto depende de otro más básico, y cómo cada suposición necesita ser examinada, comprendida y justificada”.

Seamos capaces de no resignarnos ante una realidad fragmentada por los intereses políticos y económicos en juego; o bien, una pseudo realidad que reiteradas veces encubre, omite, refuerza falsas representaciones sociales, y “muestra” simplemente lo que quiere mostrar.

Como educadores, seamos capaces – a partir de nuestra formación y conocimiento – de construir un sistema comunicacional educativo, que en un paulatino proceso de transformación, produzca modificaciones sustanciales en el modo de pensar de los educandos.

Referencias bibliográficas

- Alsina, Miguel Rodrigo (1989) *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Cheresky, Isidoro. “La ciudadanía, la opinión pública y los medios de comunicación”. Publicado en la revista Ciencias Sociales, editada por el Departamento de C. Sociales de la Univ. Nacional de Quilmes.
- De Fleur, Melvin y BALL Rokeach, Sandra (1981) *Teorías de la comunicación de masas*. Boston.
- Halac, Alberto. “La opinión pública en la argentina y el razonamiento crítico”. Artículo publicado en la Web.
- Perez Gaudio, Miguel. (2001) *El periodismo idea: saber pensar, hacer pensar, dejar pensar*. Córdoba: Ediciones Fundación Univ. de Periodismo y C. Sociales.
- Ramonet, Ignacio (2002) *El tratamiento de la información en el periodismo de hoy*. Seminario ofrecido en Venezuela, Caracas.

¿Son urbanas las tribus?

La violencia simbólica como punto de partida del análisis teórico

Gabriela Gómez del Río

En el marco del desarrollo del área de proyecto de graduación (PG) el estudiante debe poder encarnar desde una perspectiva nueva el rol de analista, nueva en el sentido que es un proceso que exige abarcar y describir su tema aplicando la teoría como base de aquello que ha hecho de modo práctico. Esto no quiere decir que su trabajo práctico no involucre teoría sino que el anclaje del trabajo generalmente es otro.

En su PG el estudiante debe poder dar cuenta sobre los aspectos centrales del campo de su disciplina, y tam-

bién ratificar su dominio sobre los mismos en el desarrollo de su trabajo. Es decir, que en principio, el PG tiene la intención de que el estudiante pueda dar cuenta sobre si ha incorporado o no el conocimiento sobre su disciplina como resultado del paso por su cursada académica. Debe poder demostrar que conoce en profundidad la base de la misma, para así poder construir enunciados argumentativos, reflexivos y demostrativos sobre aquello que desea mostrar. Por lo tanto debe poder construir sentido sobre el tema que desea determinar.

Este artículo tiene la intención de reflexionar sobre la práctica que implica pensar un PG. Ésta implica poner en acción conceptos con los que se trabaja para construir sentido, en base a la teoría que ampara al proyecto práctico (núcleo del PG) que el alumno intenta enmarcar. Es decir, que se intentará discutir cómo se echa mano a esos conceptos para luego así ejemplificar cómo se los aplica. Habitualmente los conceptos con los que se trabaja para construir un objeto de estudio en el marco de un proceso indagatorio se utilizan para que en relación con otros aspectos se pueda argumentar la idea del proyecto de graduación. Es por esto que se considera fundamental ahondar en estos porque se infiere que los conceptos que se escogen para elaborar una idea son determinantes porque es a partir de ellos que ésta se materializa.

En acción

Según la disciplina a la que pertenece cada estudiante varían los conceptos que manejan en sus discursos de base. Al ser carreras que apuntan a la comunicación y al diseño, es decir que el eje de éstas es poder comunicar mediante acciones o productos. Por lo tanto, siempre está implícita la presencia de un “otro” al que hay que comunicarle algo. Es ante la explicación sobre cómo es ese “otro” para el que se pensó el núcleo del PG que aparecen conceptos como: audiencia, *target*, consumidor, adolescente, televidente, receptor, blanco, actor social, entre otros, según sea la perspectiva teórica con la que se esté trabajando. Pero en esta ocasión y por la relevancia que ha tomado de un tiempo a esta parte, el concepto a discutir es: tribu urbana. Si bien no es exclusivo de una disciplina, en la que más aparece es en la carrera de Diseño de Modas.

El que primero nomina

El neologismo tribu urbana ha sido empleado, por primera vez, por el sociólogo Michel Maffesoli en su libro titulado *El tiempo de las tribus*, publicado en el año 1990. Silvia Frieria, periodista de Página/ 12, lo designa en la entrevista que le hizo, durante su visita a Buenos Aires en el año 2005, como “padre de tribalismo y el nomadismo”, haciendo hincapié en el recorrido teórico del catedrático y su repercusión en el marco académico. A su vez el sociólogo Diego Padilla, oriundo de Chile, señala que el neologismo ha sido empleado por primera vez en un artículo periodístico, publicado en el *The New York Times* por Ethan Watters en el año 2001. Bien podría entenderse, al reducir –arbitrariamente- este análisis a los dos documentos enunciados, que Watters claramente leía en francés. Sin embargo, éste autor se ocupó en darle otra perspectiva al neologismo en cuestión. Señala