

EL ENCUENTRO ENTRE DOS ESCUELAS: LA TELEVISIÓN

Ana María Fajardo *

I. ESCUELA PARALELA, UNA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

La presencia masiva de la televisión en los hogares es una verdad incontrovertible, en todos los países del mundo. Investigaciones realizadas en Estados Unidos han comprobado que, todos los días, cuarenta millones de niños norteamericanos se sientan frente al aparato de televisión familiar durante tres horas y media, en promedio. En seis años han acumulado 13.500 horas más del doble del tiempo que han estado en la escuela.¹

En un estudio realizado por Mojica² y Colaboradores en ocho colegios de Santa Fé de Bogotá, el grupo investigador de Escuela Paralela, de la Maestría en Educación de la Universidad de la Sabana, encontró que los adolescentes de 11 a 17 años pasan más del 18 % de su tiempo frente a la pantalla de su televisor, exactamente la misma cantidad que emplean asistiendo a clases en el colegio.

Con esto, se constata que los estudiantes, además de asistir a la escuela tradicional, están frecuentando otra: la de los medios de comunicación, que los diez sabios convocados por el expresidente César Gaviria Trujillo denominaron “el maestro electrónico”, pero que ya había sido detectada en los años 70 por Etienne Gilson, quien la había catalogado con el sugestivo apelativo de La “escuela paralela”.

El fenómeno de la televisión, como uno de los más poderosos transmisores de información, es un auténtico hecho social. El mismo Papa Juan Pablo II, en la exhortación apostólica *Familiaris Consortio Social*³, señala su importancia, indicando que los medios de comunicación social pueden ejercer un influjo benéfico en la vida y las costumbres de la familia y en la educación de los hijos, pero, al mismo tiempo, esconder insidias y peligros no insignificantes.

* Enfermera de la Universidad Javeriana, Especialista en Análisis de datos por la Universidad de La Salle, Magister en Educación por la Universidad de La Sabana.

1 Aspillaga Pazos, Carmela. *Familia y medios de comunicación social, familia y escuela*, pág. 153.

2 Mojica, Francisco y Colaboradores. *Un modelo de análisis crítico del mensaje televisivo*. Bogotá, 1995.

3 Juan Pablo II, *Carta Familiaris Consortio Social*.

El Episcopado Latinoamericano, en la III Conferencia, en Puebla, habló de la incidencia que los *mass media* tienen en la vida del hombre y de cómo influyen de manera consciente o subliminal, decisivamente, en el reconocimiento de mensajes que encierran una carga valorativa, en el sentido de que contribuyen como hecho social en la comunión e integración de los pueblos. No sólo en la formación social, sino en la expansión y democratización de la cultura, sin desconocer la manipulación que pueden ejercer ideológicamente y el poder político que encierran.⁵

Investigaciones realizadas por Tiberio Varis para la UNESCO en 1983, sobre las tendencias en el influjo televisivo en el mundo, demostró que los países latinoamericanos están invadidos de información televisiva.

Es evidente la influencia de la televisión en la vida de los seres humanos, en su ideología, cultura, costumbres y valores; por tanto, toda investigación que se emprenda al respecto adquiere gran importancia por su repercusión en el campo social y en el de la educación.

II. ¿DE DÓNDE SURGIO?

En los años setenta, el psicólogo canadiense Guy Rocher hizo conocer la teoría denominada “La socialización”, que podría remontarse a los trabajos de George Mead, a comienzos de siglo. Según esta teoría, la personalidad del individuo es el producto de la influencia que sobre él ejercen la familia, la escuela y los grupos de pares, denominados “agentes socializadores mayores” y, en menor escala, otros como las ideas políticas, la religión y los medios de comunicación de masas estos agentes socializadores influyen diferentemente según la clase social del individuo.

Posteriormente, un profesor de la universidad de París, Edgar Morin, analizó el “hecho cinematográfico” (del cual hace parte la televisión), y precisó que tanto el cine como la televisión no son reflejo de la realidad sino del imaginario colectivo de los pueblos. Lo cual equivale a decir que solamente traduce sueños, anhelos, aspiraciones y mitos de la sociedad.

En Colombia, estudios realizados por Gladys Daza y colaboradores,⁶ tanto en el interior del país como en la zona costera, encontraron que la televisión ofrece un nuevo lenguaje audiovisual que fascina a los adolescentes y combate con gran fuerza la escuela tradicional, pues esta última aparece como tradicionalista, aburrida, monótona y poco atractiva; en cambio la televisión se constituye en la gran maestra que habla de otra manera, más sensitiva y emotiva, cómplice y hedonista, menos racional e intransigente. Es la Escuela Paralela, maestra en imágenes, color y movimiento. Ella enseña con un nuevo juego de realidad y fantasía, entregando a sus “alumnos” un nuevo lenguaje del mundo, rico en simbologías y pródigo en relatos. Está siempre presente, todos los días, a cada hora, compartiendo la vida del hogar. Sin embargo, no escucha, no se puede tocar lo que allí se ve, ni oler las atmósferas que presenta. Es informativa, pero no siempre veraz, atrapa a aquellos que no visitan otros mundos. Exige atención, pero no sanciona el sueño, no califica, es otra forma de enseñar: es la Escuela Paralela.

4 Varis, Tiberio. *Tendencias en el influjo televisivo internacional. Unesco. 1973-1983.*

5 Daza Hernández, Gladys, y colaboradores. *TV cultura, Los jóvenes en el proceso de enculturización. 1992.*

Siguiendo el interés por indagar más en la llamada “Escuela Paralela”, se han realizado otras investigaciones en la Universidad de la Sabana; bajo el título *Un modelo de análisis crítico del mensaje televisivo*, por Mojica y colaboradores en 1995⁷, en ocho colegios de la ciudad de Santafé de Bogotá, y para finales de junio de 1997⁸, en cabeza de Fajardo y colaboradores se finalizó⁹ otra, en los departamentos de San Andrés Islas, Santander, Córdoba y Cundinamarca, en cinco colegios del sector privado-oficial, de clase alta, media y baja, de modalidad educativa diversificada, técnica, industrial y académica, del área rural y urbana.

Concluyen los investigadores que la televisión, cuando no informa, se convierte en mediadora para adoctrinar y reproducir un determinado esquema social y político, para reforzar y mantener los códigos dominantes, a través de lo que Umberto Eco denomina propaganda oculta y persuasión de masas, actitud que puede ser deliberada o inconsciente, pero de todas maneras sobreideologizada y sobredeterminada.

Se puede, en consecuencia, establecer, por una parte, una relación de incidencia directa entre “el imaginario colectivo y el hecho cinematográfico”. En efecto, mientras que la sociedad transmite a los individuos los sistemas de valores según su clase social bajo la fórmula de “socialización”, esta misma sociedad proporciona al “fenómeno cinematográfico” estos mismos sistemas de valores bajo la forma de sueños y anhelos sociales.

A través de la socialización, los medios de comunicación cumplen el papel de aparatos ideológicos del Estado y del orden establecido. Los políticos, actores, cantantes, comunicadores, etc., influyen notablemente en las actitudes y comportamientos de millones de personas que terminan copiando y adoptando sus esquemas mentales y sus pautas de comportamiento.

En Colombia, surge un nuevo problema para la educación y la formación en valores, una nueva corriente intelectual que afecta directamente a las personas, y es el influjo de la televisión; por eso hoy podemos hablar de “La escuela paralela en Colombia”; y como educadores no podemos desconocerla si queremos formar un ser íntegro insertado en el mundo y respondiendo a una realidad.

III. INVESTIGACIÓN: UN MODELO DE ANÁLISIS CRÍTICO DEL MENSAJE TELEVISIVO

La investigación surgió cuando se planteó el problema: “¿De qué manera la reflexión crítica del mensaje televisivo induce a cambios en la actitud previa de los adolescentes respecto a los valores, y cuál es la permanencia de esos cambios?”.

Se trabajó con un total de 4.377 adolescentes de 12 a 17 años, pertenecientes a distinta clase social, modalidad educativa, región (centro del país, zona costera), cultura y costumbres. El diseño

6 Mojica, Francisco, y colaboradores. *Un Modelo de Análisis Crítico del Mensaje Televisivo*. 1995.

7 Fajardo M, Ana María. *Un Modelo de Análisis Crítico del Mensaje Televisivo*. 1997

8 Fajardo M, Ana María. *Un Modelo de Análisis Crítico del Mensaje Televisivo*. 1997

metodológico que siguió fue el de series cronológicas múltiples, tipificado por Campbell y Stanley, diseño cuasiexperimental, en combinación con una técnica cualitativa descrita por François Régnier y conocida con el nombre de ábaco de Régnier.

Como objetivo general tenía la pretensión de determinar la influencia que los mensajes de algunas emisiones de televisión ejercen en el sistema de valores que poseen los adolescentes de 11 a 17 años de algunos colegios del país. Entre los objetivos particulares estaban:

- Precisar la actitud previa que posee el adolescente con referencia a su sistema de valores antes de recibir el mensaje de determinada emisión de televisión.
- Propiciar una reflexión colectiva sobre el argumento de una emisión televisiva de gran aceptación entre la población de adolescentes.
- Determinar si el efecto de la reflexión crítica induce a cambios en los valores de los adolescentes.
- Establecer la persistencia y permanencia de la reflexión crítica en el sistema de valores de los adolescentes.

Como parte del marco teórico se trabajó la teoría de la comunicación, el proceso de la comunicación, los caracteres del signo, la relación lenguaje-pensamiento, los factores de la comunicación, las funciones de la comunicación, los elementos de la comunicación, la relación mensaje de televisión y mito cinematográfico, el mundo real vs. el mundo imaginario; la teoría de la socialización, sus enfoques, mecanismos y agentes de socialización; la cultura y la cultura de masas; los valores y clase social. Para lo cual se revisaron autores como Saussure, Rojas, Jakobson, Mac Luhan, Morin, Fitzgerald, Bandura, Rocher, Gordillo y Aspíllaga, entre otros.

Posteriormente se realizó un estudio de *rating* televisivo para conocer la preferencia de programas de los adolescentes y escoger una emisión que fuera común denominador en los jóvenes de San Andrés, Montería, Barrancabermeja y Viotá, Cundinamarca. Después de construir los instrumentos y someterlos a un riguroso estudio de confiabilidad y validez, se realizó el trabajo de campo con la aplicación del modelo de series cronológicas múltiples. En la investigación se analizó el problema a partir de la jerarquía de valores: Fuerza, Dignidad, Libertad y Justicia, y Trascendencia, y los valores operativos (Integridad, Sinceridad, Lealtad, Fidelidad, Responsabilidad, Solidaridad, Sentido de la vida y destino del hombre) y sus respectivos antivalores.

IV. PRINCIPALES HALLAZGOS

Cuando se realizó el trabajo de campo, se encontró que el grupo control de adolescentes que eran parte de éste tenía una posición ambigua frente a los valores amor, fe, lealtad, honestidad, veracidad, etc. Tal fue el caso, que era clara su aceptación de la falta de veracidad si se trataba de salir de un problema, o el encontrar justificable simular sentimientos con tal de conseguir un propósito personal. Esto se evidenció durante la aplicación del proceso, el cual no contaba con el taller de análisis, y se pudo corroborar en los postets, que tenían como propósito medir la permanencia de las actitudes de los adolescentes frente a determinados valores.

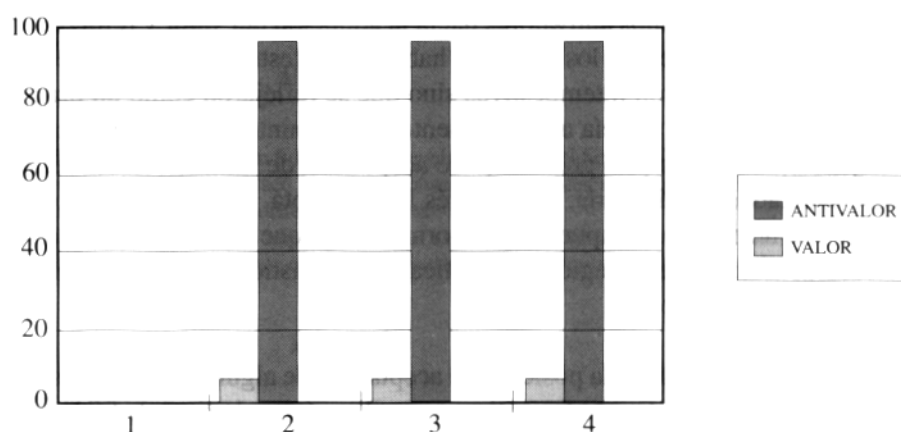
Otra duda que se tenía al respecto era si esa posición prevalecía o cambiaba con el tiempo. Se tuvo la oportunidad de realizar tres observaciones en un lapso de seis meses, con las que se apreció que la actitud previa que los adolescentes habían manifestado antes de recibir la emisión -cargada de valores y antivalores- “permanecía” intacta a pesar del tiempo y de introducir variantes que pudieran producir algún cambio.

Pocos casos reflejaron un cambio, sin embargo sin importancia estadística, dado que esas variaciones obedecieron a causas aleatorias. Lo interesante del grupo control, además de haberse aclarado que la actitud previa permanecía a lo largo del tiempo y a pesar de la exposición a la televisión, fue el poder perfilar una escala de valores, hasta cierto punto llamativa, y que necesariamente había que analizarla a la luz de un contexto sociocultural, para poder entender la razón de esa escala de valores particular. Primaron para ellos: el poder, el orgullo, el éxito asociado a la posesión, más allá de la del dinero, el amor como una consecuencia del tener, aunque a la vez dejaban ver un fuerte rechazo al tipo de amor que no era sincero. La veracidad y la honestidad se destacaron por su ausencia, pues era más importante para ellos solucionar un problema, ser cómplices en algunas situaciones y si era necesario enmascarar la verdad, si esto ayudaba a solucionar un problema personal, a enfrentarse con la realidad, el temor a la sanción y más aún a la censura de la conciencia por el acto mal hecho.

Igualmente se detectó una baja apreciación con respecto al valor de la fe, e incredulidad hacia las personas y a sus actuaciones. El grupo de adolescentes encontró totalmente justificable el apropiarse de lo que no era suyo o le hacía falta, si era por una buena causa, lo cual reflejó en el 96 % de los casos y se mantuvo durante las tres observaciones.

En la gráfica que aparece a continuación se puede apreciar el comportamiento registrado por los adolescentes frente a los valores, durante las tres observaciones realizadas:

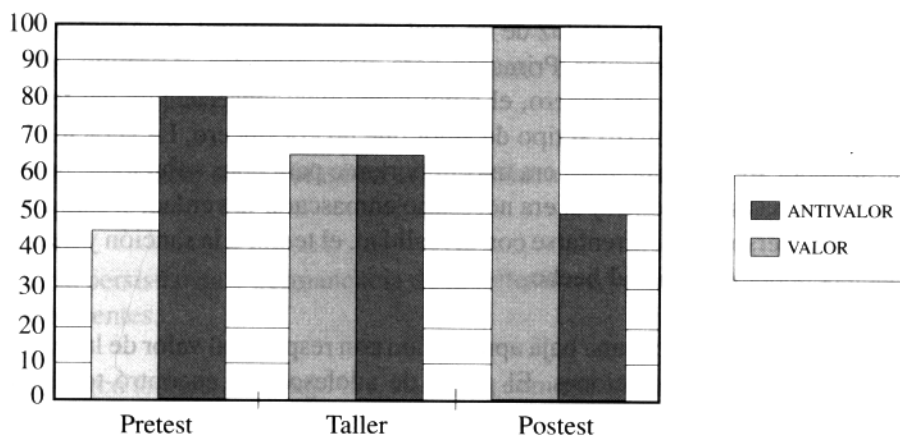
**ACTITUD DE LOS ADOLESCENTES DEL GRUPO CONTROL
FRENTE A LOS VALORES**



Como se ve, el 96 % se inclina hacia el antivalor, y la posición permaneció así durante 6 meses sin modificarse, a pesar de los factores externos que siguen ejerciendo su presencia en la vida de cada uno de estos adolescentes.

No fueron así los hallazgos para el grupo experimental constituido por el taller de reflexión que utilizó la técnica cualitativa del abaco de Regnier. Se encontró que el grupo, en la primera observación, tenía una inclinación hacia los antivalores manifestados en el pretest, actitud que se vio alterada con el taller y se reflejó en el postest, con un crecimiento en la columna de aceptación del valor, situación que está graficada en el histograma que aparece a continuación:

**ACTITUD DE LOS ADOLESCENTES DEL GRUPO EXPERIMENTAL
FRENTE A LOS VALORES**



Lo anterior nos habla de que efectivamente el taller se presentó como una alternativa de análisis, frente a la cual el adolescente tenía la oportunidad de revisar los valores, su argumentación y por ende su relación y coherencia entre lo teórico y lo práctico, entre su escala y lo que le presentaba la televisión en un momento dado.

Cabía la duda de si este comportamiento era simplemente ocasional y fugaz. Al realizar las otras observaciones a lo largo del tiempo, pudimos comprobar la persistencia y prevalencia de los efectos producidos por el taller en cuanto a su posición frente a los valores: modificaron su actitud de aceptación de algunos antivalores hacia la adopción del valor y reforzaron su actitud de favoritismo hacia los valores, en los que ya lo habían manifestado. También fue interesante apreciar que esos cambios no fueron intempestivos sino que se reflejaron como un proceso; es así como en la segunda observación se veía un crecimiento de 4-5 puntos y en la tercera de unos 5-6 puntos para reflejar finalmente un alto porcentaje de aceptación de los valores. En relación a los estudios de caso, realizados en Montería, San Andrés Islas y Viotá, Cundinamarca, observamos que no varió mucho con respecto a lo expuesto anteriormente. Lo que sí llamó la atención fueron las diferencias detectadas a razón de la región geográfica, características culturales, *modus vivendi*, modalidad educativa y estrato social.

En Viotá fue notoria la posición de aceptación de algunos antivalores: falta de honestidad, de veracidad, de lealtad. Fuerte favoritismo por el egoísmo, la rivalidad y la violencia. Sin embargo, en el grupo experimental se apreció que el taller, sí ejercía una fuerte influencia y que se lograba mantener a pesar del tiempo.

Curiosamente, en Montería y en San Andrés Islas resaltó una escala de valores más cimentada, sólida y fuerte; fue así como en Montería desde la primera observación se notó que los adoles-

centes defendían el amor sincero, el respetar a las personas, el ser solidario y colaborador. En San Andrés Islas no fue tan marcada la posición a favor de los valores; sin embargo, fue en crecimiento a lo largo de las experiencias en las que se aplicó el taller, el cual demostró que sí modificaba actitudes frente a los antivalores y reforzaba actitudes frente a los valores.

Después de analizar la totalidad de los casos, pudimos llegar a concluir grosso modo que:

- a) Sí se podía establecer la actitud previa de los adolescentes antes de ser expuestos a una emisión televisiva.
- b) Se constató un cambio en la actitud de aceptación o rechazo de los adolescentes con respecto a valores como fe, alegría, justicia, amor, honestidad y confianza.
- c) Se observó la permanencia y persistencia del cambio de actitud de los adolescentes en un largo período de tiempo.
- d) Se determinó que el taller de reflexión que utiliza la técnica cualitativa del ábaco de Régnier es una metodología que favorece la formación de valores.

No obstante, cabe decir que en este artículo he presentado un breve recuento del estudio que se realizó y que por lo tanto no contiene de manera exhaustiva el análisis final de la investigación.

Finalmente, como punto de partida para otros estudios, propusimos algunos aspectos como:

- Analizar las características culturales y su intervención en la formación de valores de los adolescentes.
- Evaluar la enseñanza de valores a partir de la metodología de talleres de reflexión, utilizando la técnica cualitativa del ábaco de Régnier.

ABSTRACT

Meeting between to schools : the Television

For some years La Sabana University in its Master in Education is developing Parallel School. This is the reason why TV behaviour in groups of different age has been analysed in order to observe how values are shown or how they are being modified or reassured by messages broadcast in the different TV channels.

The research " A Critical Analysis Model of TV Message ", in its second phase found out that the critical reflection workshop, using Regnier's abacus qualitative technique is an alternative to develop values in adolescents and other groups of age.

RÉSUMÉ

La rencontre de deux écoles: la télévision

L'Université de la Sabana depuis plusieurs années développe au programme de la Maîtrise ès Education la ligne de recherche d'Ecole Parallèle. C'est pourquoi il existe l'intérêt pour analyser la conduite de la télévision en groupes de différents âges, pour pouvoir observer la manière comment se présentent les valeurs ou se modifient ou réaffirment à travers des messages émitées par différents programmes de télévision.

La recherche Un modèle d'analyse critique du message télévision, dans sa seconde version, a prouvé que les travaux pratiques de réflexion critique, en employant la technique d'abaque de Régnier, constitue une alternative pour former en valeurs les adolescents et d'autres groupes de différents âges.