

LA FORMACION DEL RECEPTOR Y LA DINAMICA DE GRUPO

Por:

Francisca María J. Bartra Gros

Los Medios de Comunicación Social, en especial la TV, en muchos casos representan un factor de presión sobre el individuo, por la abundancia de estímulos con que lo asedian. De ahí la importancia de desarrollar el sentido crítico de una persona, su capacidad de discernimiento frente a una verdadera avalancha de contenidos, por lo general, presentados en una mezcla indiscriminada.

El presente documento, síntesis de un trabajo experimental, representa un primer esfuerzo en la búsqueda de una metodología para esta formación del receptor. La experiencia realizada, sobre todo en los niveles de educación primaria y secundaria, aporta datos muy interesantes.

CIESPAL ha decidido difundir este informe por considerar que puede ser de utilidad a docentes que están trabajando en este sentido.

INTRODUCCION

Actualmente circula mucho la afirmación: “Los Medios de Comunicación masifican al receptor, lo convierten en un sujeto pasivo, sin verdadero espíritu crítico...”. Nos preguntamos si es posible una solución a este problema que necesariamente corresponde al campo específico de la educación del hombre de hoy.

A estas interrogantes intenta dar una respuesta abierta, no definitiva, este trabajo de investigación sobre la formación del receptor. Las experiencias realizadas con niños, adolescentes y adultos, permiten señalar para el futuro pautas de acción sistemática en este campo. Aquí presentamos una síntesis del trabajo de investigación realizado.

El punto de partida se ha basado en una exploración de la realidad tan cuestionada de los medios de comunicación, tratando de responder a la pregunta:

¿Hasta qué punto los medios de comunicación social son educativos en sus efectos, o más bien, instrumentos para la masificación del receptor?

Esta búsqueda, al plantear posibles soluciones, ha llevado al campo de la Dinámica de grupo, en cuanto aplicación de técnicas grupales para lograr la formación del receptor-crítico.

Esta investigación parte de una realidad detectada con anterioridad a la nueva legislación sobre los Medios de Comunicación en el Perú, y se apoya en las disposiciones legales (Ley General de Telecomunicaciones, D.L. 19020; D.S. N° 60—ED/72) que cambian la situación y permiten esperar nuevas posibilidades en toda acción futura en el campo de las comunicaciones sociales.

El Diagrama: “AREAS DE LA INVESTIGACION” de una visión panorámica del estudio realizado:

Area I: Análisis general, considerando los Medios de Comunicación en la Educación Permanente: Se ha hecho el estudio propiamente teórico de la investigación en forma breve pues sólo se consideraba como punto de partida.

Area II: Area de investigación: Abarca dos medios fundamentales: la Radio y la Televisión y su influencia en los receptores en tres niveles: Niños, Adolescentes y Adultos.

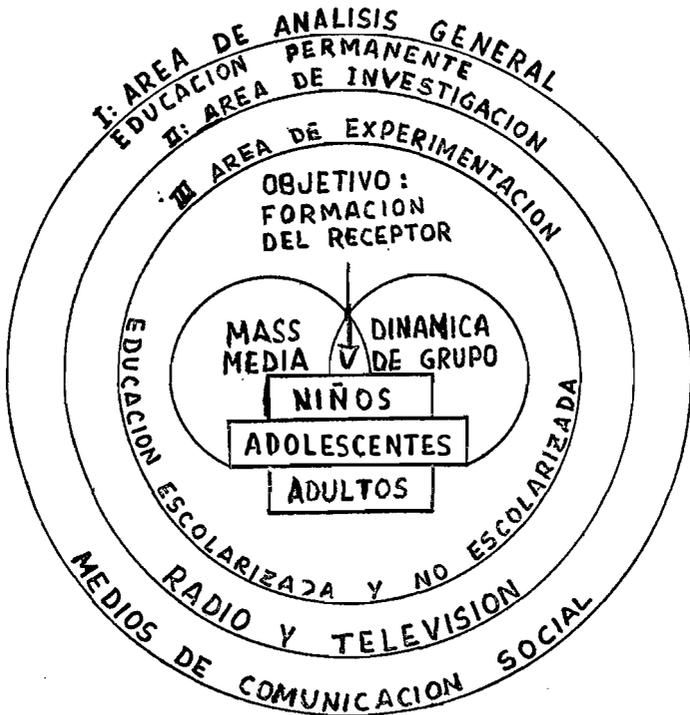
Area III: Experimentación: Los resultados obtenidos a nivel de orientación en la educación desescolarizada (adultos) llevó a la experiencia central: orientación sistemática a niños y adolescentes, comprobándose que ofrece nuevas opciones educativas que pueden ser interesantes.

El trabajo se inició a fines de 1971, con los preliminares del estudio; en 1972 se realizó la experimentación en la educación desescolarizada y por último en 1973 se efectuó la experiencia con niños y adolescentes dentro de los programas escolares.

El objetivo central de este trabajo: La formación del receptor se ha cumplido a través de la unión de dos elementos de comunicación: los Medios de Comunicación Social y la Dinámica de Grupo.

Esta experiencia que ha intentado buscar una formación crítica del receptor, integrando ambos elementos, no puede darse por terminada. Está solamente al comienzo de un camino, el de esa aventura apasionante que es la auténtica educación del hombre de hoy.

DIAGRAMAS: AREAS DE LA INVESTIGACION



CAPITULO I

UNA MIRADA A NUESTRA REALIDAD

Ante la aplastante realidad masificadora que constatamos al explotar la situación de nuestros medios de comunicación, surge la urgencia de buscar una solución práctica para educar al receptor de nuestro momento.

Al recopilar datos se ha tenido en cuenta investigaciones anteriores sobre programación en radio y televisión. Una de estas investigaciones, en la que tuve ocasión de colaborar, nos revela la realidad teleeducativa (Radio y Televisión) en Lima metropolitana y El Callao en el bienio: 1971—72. Este trabajo se orientó a conocer: la existencia de programas educativos y la proporción n que se daban los distintos tipos de programación diaria en las 33 Emisoras de Radio y en los 6 canales de TV que funcionaban en Lima en ese momento. (1).

En Radio, sobre un total de 36.792 minutos de emisión al día (horas al aire) los resultados estadísticos en porcentajes totales señalan la siguiente distribución:

1) Avisos Comerciales	19.5%
2) Noticias	8.3%
3) Música	60.7%
4) Series (Radio-teatro)	3.4%
5) Culturales y educativos	2.7%
6) Religiosos	0.9%
7) Otros	1.4%
8) Deportes	2.2%

En cuanto a los canales de TV, sobre 2,798 minutos de emisión diaria, los porcentajes de distribución de programas, fueron:

1) Avisos Comerciales	18.0%
2) Noticias	0.5%
3) Música	3.0%

(1) Equipo de Investigación de la Escuela de Formación Magisterial de la PUC. "La realidad educativa en Radio y TV en la Gran Lima". 1973.

4) Series y largo metrajes	47.5%
5) Cultural-educativo	14.0%
6) Religiosos	1.5%
7) Otros	4.0%
8) Deportivo	7.0%

En las conclusiones generles nos señalan que:

- :: Se da, en las programaciones radiofónicas, un alto porcentaje de tema musical, (60.7%) con predominio de la música extranjera.
- :: En general las emisoras radiofónicas tienen programaciones poco estructuradas.
- :: En los programas televisados sobresalen las Series y Largo metrajes, especialmente Telenovelas, importadas: 47.5%.
- :: En los programas (RD. y TV.) se nota claramente que predomina lo comercial con fines lucrativos que determinan que el aspecto cultural y educativo tenga cabida en un porcentaje mínimo y con escasa sintonía.
- :: En general ambos medios de comunicación adolecen de ciertas fallas como sensacionalismo, empirismo, abundando el material importado lo que no se está respondiendo a nuestras aspiraciones culturales y sociales propias.
- :: El contenido de los mismos programas llamados culturales resulta pobre en su intencionalidad y expresión educativa, con ello no responde en la mayoría de los casos a lo señalado por la ley. Recordamos lo que señala la nueva Ley General de Telecomunicaciones Nº 19020 sobre los objetivos fundamentales de los programas:
 - 1) Ofrecer información, educación, cultura y recreación, reafirmandose los valores del ser humano.
 - 2) Ofrecer ocasión de perfeccionamiento integral.
 - 3) Apoyar la tarea de la realización de la persona humana libre dentro de una sociedad justa y solidaria.

En este momento (1974) está en marcha el proceso de reestructuración de los Medios de Comunicación, aún es pronto para señalar los cambios efectivos en nuestra realidad pero hay algo importante que no es posible olvidar: no basta cambiar unos programas, hace falta considerar además cuáles son los enfoques, deseos y gustos de los receptores. La

comprobación se hizo con datos recogidos en una investigación sobre la Sintonía de Emisoras de Radio, que nos revela una gran coincidencia en cuanto a la preferencia por las mismas emisoras en diferentes niveles sociales de la población limeña. Analizando los programas de dichas emisoras, se hace más evidente la situación de gustos poco críticos e indefinidos en la audiencia. (2).

En la investigación mencionada la elección de las emisoras de mayor sintonía, recayó sobre las mismas en los tres niveles sociales establecidos para la muestra: clase alta, media y popular.

Observando el tipo de programas que presentaban las 3 emisoras con los primeros puestos de sintonía se pudo detectar, en cierta forma, que programas prefieren una mayoría de los radioyentes de nuestro medio urbano. El siguiente cuadro nos señala la proporción en minutos de duración diaria que dedican estas emisoras a los diferentes programas:

TIPOS DE PROGRAMAS EN LAS EMISORAS MAS POPULARES:

Puesto Nº 8	360'	199'	—	16'	—	333'	183'	49'	19.00
Puesto Nº 16	230'	15'	—	4'	—	6'	885'	—	19.00
Puesto Nº 4	285'	49'	—	28'	—	—	785'	—	18.00

Vemos que el grueso de la programación está constituido por los musicales, las series y los avisos comerciales, mientras que lo cultural se da en una cantidad mínima.

Sintonizando dichos programas, es fácil comprobar la poca calidad de los mismos en los contenidos y en la realización técnica, predomina un sentido de lo comercial, sin que por otro lado la misma competencia logre elevar el nivel de calidad.

Conviene tener en cuenta también, la abundancia de emisoras ra-

(2) CONAMCOS (Oficina de Rd. y Tv.) Encuesta sobre las emisoras de radio y su influencia en el público según el grado de sintonía. Lima, marzo de 1970.

diofónicas que hay en Lima; en el momento de la investigación existían 34 emisoras, de éstas, un número limitado tiene sintonía en provincias.

La audición radial no es minoritaria en nuestro medio, en una exploración bastante reciente (3) sobre la frecuencia en el uso de la Radio, sobre una muestra de 218 casos, se obtuvieron los siguientes resultados:

:: Escuchan la radio de 1 a 3 horas diarias: 44%.

:: Escuchan la radio una hora diaria: 65%.

Por otro lado la mayoría de los radioyentes corresponde a un nivel de adolescentes y jóvenes. En la exploración al grupo de alumnos de Educación Secundaria con los que se realizó la experiencia de formación del receptor empleando la dinámica de grupo, se obtuvieron estos porcentajes:

:: Sintoniza la radio diariamente: 55.4%

:: Sintoniza la radio con frecuencia: 40.4%.

Una investigación anterior (4) sobre el uso del tiempo libre en los jóvenes nos confirma el hecho de esta preferencia de la juventud en el uso de los medios de comunicación masiva. El siguiente cuadro de porcentajes señala:

EMPLEO DEL TIEMPO LIBRE EN LOS JOVENES

Televisión	91%	Revistas	57%
Juegos libres	86%	Cuentos	56%
Radio	68%	Periódicos	42%
Cine	65%	Teatro	18%

Los datos son elocuentes, sin embargo junto a este uso masivo de los medios de comunicación, es fácil constatar una actitud pasiva en los receptores. Esto es un reto para los educadores que no podemos quedarnos a la expectativa, frente a la creciente influencia de los Medios de Comunicación social y la actitud pasiva de los receptores. Si queremos ser conscientes y responsables de la parte que nos toca en la hora actual de la realidad peruana, tenemos que hacer algo concreto.

(3) Escuela de Periodismo de la PUC; "Investigación en los Medios de Comunicación Colectiva. Lima, 1969, pág. 23.

(4) Equipo de investigación de la Escuela de Formación Magisterial de la PUC, "El uso del tiempo libre en los niños. Tesis de graduación, Lima, 1966; pág. 68.

HACIA UNA COMUNICACION MAS DINAMICA:

La necesidad de un cambio en la comunicación se vuelve más urgente si analizamos el problema considerando al receptor como agente de cambio personal y social.

“El proceso de la comunicación es la clave para provocar un cambio de actitud y por ende formar la conducta, esto es transformar las estructuras personales y sociales de los grupos humanos”. (5)

Es básica, pues, la formación de la conciencia de grupo para que la acción sea realmente eficaz y transformadora en un auténtico cambio de estructuras.

Actualmente, que tanto se usa y se abusa de este concepto, se acentúa el peligro de quedarse en un cambio superficial, epidérmico, olvidándonos que el cambio, para que sea auténtico debe ir del interior del hombre al exterior y viceversa. Dicho proceso, como señala el psicólogo Andrés Vela (6), se puede recapitular en 3 conquistas:

- 1) La conquista personal.
- 2) El descubrimiento del otro.
- 3) La entrega a la comunidad por el compromiso histórico.

En una época en que se da todo el valor al “tener” o al “hacer”, si queremos lograr una conquista de la totalidad humana, hay que afirmar la supremacía del “ser”, es decir una persona valdrá tanto más es y lo será cuanto más llegue a desarrollar todas sus posibilidades, tanto materiales como espirituales en un “dar” en diálogo a través de las dos coordenadas “aquí” y “ahora”, dirigidas en último término hacia una trascendencia como término final de esta búsqueda insaciable del ser del hombre hacia un Ser infinito.

Constatamos desde los distintos puntos de mira empleados, que la comunicación actual no se preocupa por crear una conciencia crítica en el receptor sino que tiende a sofocarle con técnicas cada vez más perfeccionadas, que de esta forma se convierten en elementos incomedicadores.

Frente a esta situación problemática y con los Medios de Comunicación que contamos, nos volvemos a preguntar:

(5) DECOS; Documento de II Encuentro Regional. Buenos Aires, marzo, 1972; pág. 8.

(6) Vela, Andrés: “Dinámica Psicológica y eclesial de los grupos ... “Edit. Guadalupe, Buenos Aires, 1970. pág. 221—2.

¿Cómo lograr un cambio de mentalidad, una actitud crítica y creadora, una conciencia personal y comunitaria plena en el sujeto de nuestra educación?

Este cuestionario se viene dando en los actuales intentos de la Teleducación —Educación sistematizada a través de los Medios de Comunicación— pero aún está en la etapa de roturar caminos y de señalar métodos. Este estudio sobre formación del receptor a través de la Dinámica de grupo, trata con sus intentos de análisis y de experimentación ofrecer nuevos caminos como una contribución a la misma.

Para caminar sobre seguro conviene siempre partir de la formulación de una base teórica y para esto habrá que pensar en establecer un esquema básico a partir de unas coordenadas de acción, considerando como tales a dos líneas de comunicación; Una vertical: la comunicación que se da a través de un medio de información (Radio, Televisión) y otra horizontal: comunicación a través de la dinámica de grupo.

Vertical porque la comunicación parte de una fuente, el mensaje sigue una línea de arriba hacia abajo, va del emisor al receptor que no tiene mayores posibilidades de poder expresar su propio sentir en forma directa.

En cambio en la comunicación dinámica se da la situación de una horizontalidad, los distintos agentes de la comunicación vienen a estar como en el mismo plano, en una intercomunicación grupal.

Al unir ambas coordenadas se establece una comunicación diferente, podemos llamarla comunicación dinámica, por la que puede llegarse a un auténtico diálogo como expresión de una verdadera comunicación.

En el diálogo deben darse unas funciones vivas: el diálogo como liberación de la persona y como dominación de la diferencia (de ideas, cultura, temperamento) que la hacen a su vez factor de participación para lograr los fines de una empresa común, con el aporte máximo, de cada miembro en una toma de responsabilidad en la búsqueda de una unidad .

No podemos ver estas funciones del diálogo sino dentro de un proceso, no lineal sino globalizado y para ello necesitamos crear una atmósfera propicia, un ambiente apropiado.

Desde el punto de vista psicosocial, podemos considerar la opi-

(7) Rogers, C. y Kinget, M. "Psicoterapia y relaciones humanas" Edit. Marova, Madrid, 199 pág. 218 ss. (Ver "definiciones operacionales" en el apéndice de este trabajo).

nión de Carl Rogers (7) que señala una serie de aspectos básicos para llegar a un marco de relación interpersonal:

- 1) Estado de acuerdo interno en los miembros del grupo, lo que supone en ellos una actitud auténtica y una madurez psicológica.
- 2) Una comprensión empática mutua y una consideración positiva incondicional de los miembros entre sí.
- 3) Comunicación auténtica de estas actitudes hacia los demás miembros del grupo, especialmente hacia los que están menos integrados.

Conviene aclarar que estas condiciones para una interrelación, Rogers, las señala individualmente en el sujeto que trata de establecer una comunicación, en nuestro caso se han considerado dentro de una relación grupal.

La integración grupal, al cumplirse estas condiciones da origen a una acción positiva de equipo, que no necesariamente debe ser una producción material. En muchos casos esta acción comunitaria se traducirá en una unión ideológica, o de acciones posteriores, aunque en la práctica están realizadas en forma individual.

ESQUEMA DE LAS COMUNICACIONES EN EL CONTEXTO DE LA DINAMICA DE GRUPO:

Podríamos tratar de resumir toda la formulación del sistema teórico de las comunicaciones en el contexto de la Dinámica de grupo por medio de un esquema gráfico: (véase el gráfico adjunto).

Campos dentro de este esquema de comunicación:

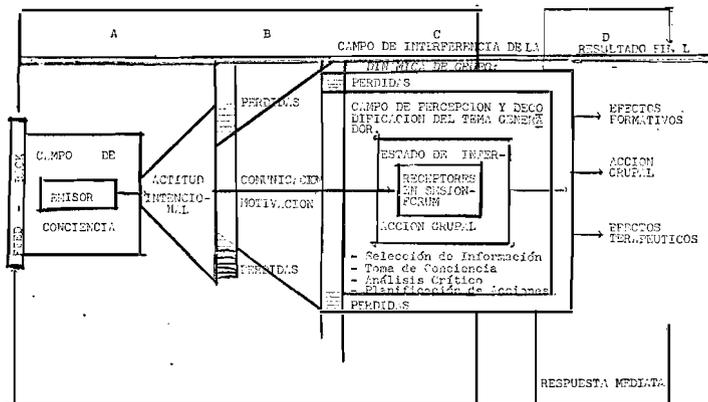
Fijándonos en el esquema gráfico vemos que aparecen tres campos concretos en interacción:

- A) Campo del emisor.
- B) Campo de la Comunicación generadora.
- C) Campo de interferencia de la Dinámica de grupo.

Conviene indicar que si bien estamos señalando distintas **partes y momentos** en la comunicación ésta en sí no tiene una línea única y direccional, ni podemos al analizarla considerarla así, ya que el determinar el orden de los elementos sería matar la vida del proceso de comunicación. En la práctica las variaciones pueden ser muchas.

Analizando el esquema gráfico, tenemos:

ESQUEMA DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES EN EL CONTEXTO DE LA DINAMICA DE GRUPO



A) Campo del emisor: conviene verlo no sólo como causa primera de la comunicación. Si se cumple plenamente el proceso dinámico, su acción futura como emisor dependerá mayoritariamente de los receptores críticos, que en muchos casos se convierten a su vez en emisores.

B) Campo de la comunicación generadora: Por un lado hay que considerar aquí el medio que se emplea, aplicando a un grupo dinámico y qué efectos produce específicamente. Otro es el "tema generador" que en el Merio-forum o sesión dinámica se convierte en un conjunto de elementos motivadores que dentro de una sistematización metodológica forman una fuerza operativa, que acelerará el proceso de integración dinámica del grupo, hasta desembocar en una acción comunitaria.

Conviene tener en cuenta que los motivos presentados como problemas son más eficaces si afectan directa o indirectamente a los receptores. La problemática analizada en grupo es más efectiva que si la recepción es en forma individual y sin un ambiente adecuado. Por otro lado, la presentación dosificada del tema (como se dio en la experiencia con Disco-forum) permite una mayor profundización del problema, por lo que es conveniente una sistematización no sólo en cantidad sino sobre todo en la forma metodológica de presentarlo. Aquí es importante el papel de educador u orientador, él ayudará a canalizar las fuerzas generadas por la motivación, hacia una acción constructiva. Todo esto conviene tenerlo en cuenta si queremos llegar a una acción educativa utilizando un medio de comunicación social.

C) Campo de interferencia de la Dinámica de grupo: Observando el esquema gráfico, vemos en el centro de este sector (Letra C) situados a los receptores en una sesión-forum. (de Radio, TV. etc.).

El grupo está en un campo de percepción y decodificación del mensaje, pero dentro de una dinámica, es decir que la interacción grupal produce una influencia específica en estas 2 tareas del receptor. Al llegar aquí la comunicación generadora pasa a ser dialógica o dinámica, al introducirse en el campo de la comunicación la dinámica grupal.

Dentro de este proceso de comunicación dinámica, deben darse unos pasos concretos:

- 1) **elección de la información recibida:** En un primer momento, en diálogo grupal, los receptores seleccionan de acuerdo a sus intereses la problemática para analizarla. De allí la importancia de que el tema generador sea rico en cuestiones.
- 2) **Toma de conciencia:** Los receptores (actividad pasiva) pasan a ser perceptores (actividad activa). Puede darse también una toma de conciencia situacional - personal y comunitaria en relación con el contexto que viven los receptores.
- 3) **Análisis crítico:** Viene a ser consecuencia lógica y puede darse simultáneamente con la toma de conciencia. Este análisis grupal conduce a:
- 4) **La planificación de acciones:** Generalmente será una acción grupal la que se proponga, si se ha llegado a una auténtica integración del grupo, en otros casos se queda en una actitud individual que en el fondo tiene el mismo origen: ha nacido de una toma de conciencia comunitaria.

D) Volviendo al gráfico: **Los resultados finales:** Vienen a ser la consecuencia lógica de todo el trabajo, entre otros pueden darse los siguientes:

- :: **Formativos:** A nivel personal y grupal. Los participantes a través del diálogo vivencial adquieren nuevas experiencias, especialmente de interrelación, junto a conceptos adquiridos y elegidos conscientemente.
- :: **Acción grupal:** Cuando el grupo ha madurado suficientemente como tal, la gama de actividades posibles es muy amplia.
- :: **Efectos terapéuticos:** En algunos casos puede ser un medio efectivo de llegar a lograr efectos de este tipo en un grupo conflictivo, cuando se utilizan las sesiones-forum. Como socio-dramas, psicodramas, estableciéndose un proceso de terapia grupal.

En todo proceso, cobra una enorme importancia el **papel del promotor o animador**, es un rol difícil y que conviene explicar con cierto detalle. Aunque no siempre es necesaria su presencia, en el caso con-

creto de la Dinámica de grupo y los Medios de comunicación conviene tenerlo en cuenta de uno u otro modo.

Enumerando brevemente las facetas de su rol, conviene ante todo ver esta formación de los receptores dentro de un clima de libertad grupal, por ello el promotor no es quien controla al grupo, ni es el líder del equipo, sino el que ayuda al grupo a descubrirse a sí mismo y a descubrir dinámicamente su mundo.

El orientador o promotor requiere para ello de una capacidad empática, una autenticidad personal, un enfoque positivo de las relaciones humanas, junto a un grado de madurez emocional y de comprensión de sí mismo, actitudes todas de relación nosística.

Al decir de Kurt Lewin, (8) el promotor asume el papel de catalizador por su actitud de presencia al otro, de resto al ritmo y momento psicológico de cada uno, de apertura y de acogida a todo intento de expresión de sí mismo. Vienen a ser la conciencia y la memoria del grupo ayudándoles a ver la significatividad del proceso que están viviendo. Necesita ser modelo de autenticidad interpersonal.

Otro punto importante que necesita tener en cuenta para graduar su rol como promotor, es considerar el grado de madurez, que posee el grupo. Si se trata de niños el rol de promotor se acerca mucho al del maestro, considerándolo a éste como alguien que aporta al grupo su experiencia y capacidad nosística para caminar junto con el grupo a una realización integral.

CAPITULO II

UNA EXPERIENCIA VIVENCIAL SOBRE LA EDUCACION DEL RECEPTOR

Actualmente realizar experiencias en el campo de los Medios de Comunicación Social, supone entrar en un campo relativamente nuevo, sobre todo si se relaciona con la educación. En la experiencia que vamos a presentar, los resultados se pueden considerar realmente positivos.

Establecido el objetivo es necesario señalar el área de experimentación, en nuestro caso se eligieron tres niveles concretos: Dentro de la Educación Escolarizada: Dos niveles el del receptor infantil (alumnos de 8 a 10 años) y el nivel de adolescentes (de 14 a 16 años). El tercer nivel fue en un ambiente desescolarizado: con jóvenes y adultos de diversos niveles sociales.

(8) Mailhiot, Bernard "Dinámica y génesis de grupos" Edit. Marova, Madrid, 1971, pág. 96.

Las conclusiones a las que se llegó al finalizar esta investigación permite que el área donde hay más posibilidades para la educación del receptor es sin lugar a dudas la orientación sistemática al receptor infantil.

Vamos a intentar una síntesis de la experiencia vivida con un grupo de alumnas del tercer año de Educación Primaria (4º grado de E.B.R.). Se eligió un nivel socio-económico medio; los grupos de control y de experimentación o piloto, se tomaron 6 colegios particulares femeninos (categoría 8). Se tuvo en cuenta para dar mayor representatividad a la muestra que correspondieran a distintos sectores de Lima Metropolitana.

En total fueron 388 receptores de 8 a 10 años divididas en: 1 grupo piloto con el que se realizó el plan de formación del receptor y 5 grupos para control de la experiencia.

Una condición básica para elegir el nivel de estudios era que los sujetos tuvieran cierta facilidad de expresión en lectura y escritura. Junto a esta pauta se establecieron otras dos:

A) Elección de una Unidad programática que pudiera tener relación con la experiencias: III Unidad de Trabajo de los Programas adaptados para el Tercer Año de Educación Primaria "Nos comunicamos con los demás". Sobre esta unidad se realizó todo el trabajo.

B) Centrar la experiencia en el uso de un medio de comunicación determinado. El cuestionario de exploración nos dio la elección sin lugar a dudas: la Televisión, su uso es mayoritario en el sector explorado: 96.1%.

Un tercer aspecto que las circunstancias acentuaron fue la selección de un Programa clave, es decir aquel que por ser realmente popular entre los receptores nos podía dar los índices de mayor o menor efectividad del plan aplicado para la formación crítica de esos niños. La misma encuesta de exploración nos señaló claramente que este programa clave podía ser la Telenovela "Pinina en Papá Corazón" que reunía el mayor número de elecciones sobre 8 tipos diferentes de programas: 36.25% de preferencia sobre todos los demás.

Se establecieron, a lo largo de 4 meses, (septiembre a diciembre 1973) tres etapas de trabajo:

- 1) Exploración de la muestra en base a un cuestionario aplicado a los 388 receptores.
- 2) Etapa de orientación sistemática del grupo piloto.
- 3) Etapa de evaluación de resultados.

La orientación al receptor infantil:

¿QUE VEN POR TELEVISION NUESTROS NIÑOS?

Tratando de resumir los resultados del cuestionario de exploración señalamos algunos cuadros de porcentajes realmente significativos.

Partimos de que existe un uso masivo de la TV en este nivel socio-económico: Clase media. El 96.1% de los encuestados habían visto algún programa de TV el día de la exploración. El 98.6% poseen aparato de TV en su casa. Y el 84% había visto el programa de "Pinina" aquella semana.

Surge enseguida una primera pregunta: ¿Qué programas son los que más les interesa a los receptores de 8 a 10 años?, los siguientes datos muy reveladores nos dan la respuesta.

	Telenovelas (en gal.)	Pinina (Tn.)	Dibujos animados	Cómicos	P. Infant.
Audiencia	53%	84%	84%	55%	55%
Preferencia	10%	36.25%	21%	8.25%	5%

La elección de preferencia de programa debía hacerse sobre todos los demás programas, con lo que la realidad es más desalentadora, pues nos indica que los niños prefieren programas de adultos antes que ver los que están preparados para su edad.

La consecuencia es clara: Hace falta, junto a los dispositivos legales que se dictan para lograr una mejoría de los programas, formar a los receptores como televidentes críticos, pues en último término es el público el que debe determinar los programas que desea ver.

Veamos cuáles son las razones que dan los niños para la elección y preferencia de programas. Resumimos algunos de los motivos, rastreados de sus mismas respuestas:

- 1) Buscan el entrenamiento: 33.7%
- 2) Protagonistas y tipos de programa: 32%
- 3) Porque son educativos: 4.25%
- 4) Porque son aptos para mi edad: 2.25%.

Es evidente que el objetivo fundamental que buscan los niños en un programa es pasar un rato divertido; tiempo que muchas veces se alarga peligrosamente, alcanzando más de 3 a 5 horas diarias. Esto es otro aspecto que abre interrogantes muy fuertes para los educado-

res y para los padres de familia. Aunque ha sido difícil un cálculo aproximado del tiempo que suelen ver televisión, en el grupo explorado, los datos recogidos da un promedio de 7 a 14 horas semanales ante el televisor, llegando en algunos casos al máximo de 21 horas.

Otro aspecto interesante ha sido conocer su capacidad de comprensión del programa y el análisis crítico del mismo. Se evaluó este ítem teniendo en cuenta algunos niveles de comprensión del argumento considerando 3 tipos de respuestas:

- I) Respuesta en blanco
- II) Respuestas narrando algún hecho aislado
- III) Comprensión del conjunto con tendencia a saber hacer una síntesis del mismo. Predominó en todos los grupos el segundo tipo de respuestas: 61%.

En relación con la actitud crítica basada en sus respuestas de rechazo o aceptación del programa, también se consideraron 3 niveles:

- I) Respuestas en blanco o equivocada
- II) Cuando consideran solamente la forma del programa
- III) Cuando señalan el fondo y la forma como elementos aceptados o rechazados, medidos a través de dos preguntas.

El resultado tanto en la pregunta: “¿Qué es lo que más te gusta del programa? como en la que les preguntaba lo que no les gustaba, el porcentaje mayor lo obtuvo el segundo nivel: Forma del programa. El niño a esta edad generalmente se fija en lo formal de un programa para rechazarlo: (43.4%) como al aceptarlo como el mejor: (71.1%).

Es interesante leer las respuestas de las pequeñas teleespectadoras, nos indican que se fijan mucho más de lo que nos imaginamos en lo que ven. Citamos dos como muestra:

“Que el papá de Pinina se besa con Cristiana; porque a mí me gusta que el papá de Pinina esté junto con Cristina”.
(10 años; Programa “Papá Corazón”)

“Lo que más me gustó fue cuando se escapó del departamento, porque había suspenso”.
(9 años; Programa: “Papá Corazón”).

LA COMUNICACION DINAMICA CON EL GRUPO PILOTO:

El Plan de educación de receptor llevado a cabo el grupo piloto ha buscado ante todo dar una respuesta práctica a los interrogantes que se presentan después de comprobar en una rápida exploración cuál es la situación del receptor infantil en un sector de nuestro medio urbano.

No es ciertamente la aplicación de un método concreto, pero sí un intento de conseguir los siguientes **objetivos**:

- 1) Integrar la educación del niño como receptor dentro del contexto educativo que recibe en su hogar y en la escuela.
- 2) Emplear un elemento integrador para esta formación del receptor: el diálogo y la dinámica grupal.
- 3) Que el receptor llegue a una actitud crítica a través de la experiencia de analizar individual y grupalmente emisiones televisadas usando programas populares y comerciales.

El buscar esta educación del receptor dentro de un contexto escolar se apoya en dos razones fundamentales:

- 1) Dentro de los lineamientos de la Reforma educativa, destaca la importancia que se está dando a la integración profunda de la escuela dentro de la vida y actividades de la comunidad donde está ubicada.
- 2) La influencia de los Medios de Comunicación Social no se puede separar de otras influencias educativas ya que al ser de la educación hay que considerarlo como un todo: El hombre se está educando tanto en la escuela delante de una pizarra, como sentado ante un televisor; habrá que ver cuáles son los contenidos que se transmiten en cada pantalla, pero la realidad es que en ambos casos es el mismo sujeto el que sufre la influencia positiva o negativa.

EL ESQUEMA DE TRABAJO seguido en la experiencia con el grupo piloto tuvo las siguientes ETAPAS:

— **Primera Etapa:** (Fines de agosto 1973) Exploración de los intereses del grupo; por medio de la aplicación del Cuestionario de exploración a toda la muestra: 388 sujetos. Los resultados muy similares en todos los colegios, señalaron la uniformidad de intereses, preferencias y criterios en el total del conjunto elegido.

— **Segunda Etapa:** (Septiembre) Sesiones dirigidas de TV, recepción inmediata del programa en clase. (Se contaba con 2 televisores).

Estas sesiones de TV-forum se realizaron teniendo las alumnas una ficha o cuestionario de trabajo para hacer el análisis del programa, al terminar la recepción los contestaron por escrito.

El segundo momento dentro de la sesión-forum fue el debate en 2 grupos, 22 alumnas cada uno, para realizar el intercambio de opiniones.

El tercer momento: **Expresión libre**, cada receptor realizó un dibujo sobre la escena que más les había impresionado.

— **Tercera Etapa:** (Octubre) Sesiones de TV-forum con la previa recepción del programa en sus casas.

El Programa elegido para estas sesiones fue el programa clave: “**Pinina en Papá Corazón**”, posteriormente se eligió un programa de corte infantil para que el grupo pudiera realizar confrontación de programas.

Las sesiones-forum realizadas en la clase al día siguiente de la recepción del programa, se desarrollaron con la aplicación de dinámica de grupo, principalmente trabajo por equipo; dramatización y plenarios.

En cada sesión los receptores usaron una ficha guía tanto para la recepción del programa como para el debate posterior.

Una de las experiencias más interesantes por su creatividad, fueron las sesiones de dramatización.

Para dar una idea aproximada, transcribimos una síntesis de una de las sesiones de trabajo:

SESION DEL 17 DE OCTUBRE: El día anterior habían tenido en sus casas la recepción del programa: “**Mis adorables sobrinos**” de 6 a 6:30 p.m. en base a una ficha-guión para la recepción del programa.

Sesión de Dinámica en la clase:

El desarrollo del trabajo se hace simultáneamente en dos grupos separados con 22 alumnas cada uno.

Primer paso: Conversación dirigida sobre el programa visto el día anterior.

Segundo paso: Trabajo por equipos: **Dramatización.** El tema era imaginarse que estamos en el país de “**Haz lo que te plazca** (tema del programa) y representar que nos podía ocurrir allí.

El trabajo se realizó con un previo Philips 6—6 en cuatro equipos de 6 miembros cada uno:

- A) Pensar su historia. (15 minutos)
- B) Representación de cada equipo
- C) Análisis grupal sobre la **Dramatización** en un plenario

Duración total de la sesión 90 minutos eproximadamente (2 horas lectivas de clase).

Conviene indicar los lineamientos metodológicos que se han tenido en cuenta a lo largo de toda la experiencia. Primeramente se buscó simplificar al máximo todo lo que se refiere a conceptos técnicos ya que no se trataba de convertir a los alumnos en expertos de medios de comunicación, ni tampoco en emisores.

Para lograr que llegaran a hacer un análisis del programa se tomaron como puntos para ese mismo análisis dos conceptos concretos: La Forma y el fondo del programa.

Considerando la Forma en términos prácticos como: la estructura audiovisual del programa (escenografía, personajes, fondo sonoro, etc.) y el fondo: como el contenido del mensaje que transmite el programa, la problemática, etc.

Como **Elementos Metodológicos**: para el trabajo práctico se usaron:

- 1) La Dinámica de grupo: Philips 6—6; Diálogo por parejas: Debate por grupos o equipos; Dramatización y debates generales o plenarios.
- 2) Fichas directivas para la recepción y crítica de los programas en dos tipos:
 - A) Ficha cuestionario.
 - B) Ficha informativa de orientación general.
- 3) Expresión artística: dibujo libre, escenificación.

Los objetivos específicos que se buscaban con el empleo de la Dinámica grupal fueron:

- A) Incrementar la actitud de socialización e integración del grupo.
- B) Iniciación a una actitud de análisis crítico grupal.
- C) Que tuvieran ocasión no sólo de elaborar una opinión propia sino también de expresarla a los demás miembros del equipo.
- D) Confrontar opiniones y llegar a conclusiones grupales.

El empleo de la dramatización contribuyó específicamente a:

- 1) Incentivar la creatividad de los alumnos.
- 2) Reforzar los objetivos alcanzados a través del diálogo, ampliando el enfoque crítico de situaciones concretas en forma vivencial.

Conviene señalar, junto al empleo de la Dinámica, la función que desempeñaron las fichas directivas: el objetivo de las mismas era servir de guía al teleespectador presentándole aspectos del programa en forma graduada, desde datos sencillos como nombre del programa, un resumen del contenido, hasta llegar a un análisis crítico estableciendo también comparaciones entre programas diferentes.

Junto a este primer tipo de ficha-guía, la ficha informativa servía para darles nociones generales sobre forma y fondo del programa, nuevos conceptos y elementos técnicos adaptados a su capacidad, aspectos que conviene tener en cuenta para ver un programa (1).

Esta fue una forma de sugerirles nuevos enfoques críticos para los futuros programas de TV.

Confrontando las respuestas que dio el grupo a las fichas cuestionario, en las primeras sesiones y en las últimas se pudo comprobar un evidente progreso en el conjunto, por ejemplo había aumentado la capacidad para sintetizar el argumento, una mejor captación del fondo y la forma así como la crítica a las actitudes de los personajes.

En cuanto a la elección de los programas bastará ver un cuadro comparativo entre los programas elegidos en dos sesiones, la N^o 1 y la N^o 10, para comprobar que la elección ha sufrido un cambio bastante notable: El programa clave "Pinina" o "Papa Corazón" que en la primera elección obtuvo el máximo de elecciones (54.3%) en la décima sesión no tuvo ninguna preferencia: (0.0%). Esto se verá reforzado con los resultados de la evaluación final, el número de elecciones quedó en un 10% sobre el 54.3% de elección de la primera exploración.

El cuadro siguiente de porcentajes nos permite ver la variación no sólo con el programa clave sino también en el resto de programas:

(1) Véase en el apéndice documental, un ejemplo de este tipo de fichas.

PROGRAMAS ELEGIDOS EN DOS SESIONES COMPARADAS:

PROGRAMA:	Elección Sesión Nº 1	Elección Sesión Nº 10
Pinina (Telenovela)	25 alum. (54.3%)	0 alum. (0.0%)
Picapiedras	8 " (17.3%)	18 " (39.1%)
Isla de Gilligan	6 " (13.%)	13 " (28.2%)
Hechizada	6 " (13.%)	5 " (10.8%)
Cómicos	0 " (0.%)	2 " (4.3%)
Telenovelas (otras)	1 " (2.1%)	2 " (4.3%)
Mi bella genio	6 " (13.%)	1 " (2.1%)
No contestaron	2 " (4.3%)	5 " (10.8%)

LOS RESULTADOS PRACTICOS DE LA EXPERIENCIA:

Es difícil expresar en números los resultados que no pueden medirse como son la actitud crítica de unos niños o su manera de captar y apreciar el fondo y la forma de un programa de TV. Sin embargo los resultados obtenidos en el Cuestionario de evaluación que se pasó a los 6 grupos de receptores nos pueden dar algunos datos significativos si los comparamos con los resultados de la encuesta de exploración.

Destacamos entre otros, los siguientes aspectos:

- A) Variaciones en los 6 grupos sobre la elección del programa preferido.
- B) Qué razones tienen en cuenta para hacer una crítica del programa.
- C) Grado de receptividad del mensaje.
- D) Crítica al personaje Pinina.

En esta evaluación se buscó ante todo ver si la acción realizada con el grupo piloto había influido para una mayor actitud crítica de los participantes y por tanto si era posible en un tiempo reactivamente corto llegar a una formación de los receptores empleando algunos lineamientos metodológicos determinados.

A) Variantes en la elección del programa preferido:

CUADRO COMPARATIVO SOBRE LAS VARIACIONES EN LA ELECCION DEL PROGRAMA PREFERIDO EN LOS SEIS GRUPOS DE EXPERIMENTACION

PROG. COLEGIOS	Infant.		Picap.		Dibujos		Telhov.		Series		Comic.		Pinina	
	Exp.	Evl.	Exp.	Evl.	Exp.	Eva.	Exp.	Eva.	Exp.	Eva.	Exp.	Eva.	Exp.	Eval.
Nº 1	5.1%	5.1	27.5	31	5.1	3.4	5.8	6.8	6.8	8.6	10	3.4	37.8	44.8
Nº 2	6.9	11.6	20.8	32	11	-	18.5	15.2	6.9	11	4.6	-	28.1	23.2
Nº 3	-	-	25%	20	-	-	9%	26%	13%	14%	6	-	40%	40%
Nº 4	8.1	-	17.5	12	7.2	-	12.8	19.8	3.6	9.6	11	2	34%	46.8
Nº 5	10	3.3	13.5	18.5	1.5	6.7	1.6	8.4	28	6.7	10	3	28.7	52.3
Nº 6 (Piloto)	2.1	4.3	17.3	43.4	6.5	-	2.7	6.6	13	28.2	-	-	54.2	10.8

Comparando los resultados del grupo piloto con los de los grupos de control vemos, que mientras éstos mantienen sus preferencias en los mismos programas, en aquel la variación ha sido sensible; puede comprobarse en los porcentajes sobre el Programa de Pinina, en la mayoría la preferencia ha aumentado, mientras que en el grupo piloto la diferencia es evidente, de 54.2% a 10.8%.

B) Razones para hacer una crítica del programa: se ha tenido en cuenta los mismos criterios de la exploración: la forma y el fondo del programa.

RAZONES QUE TIENEN EN CUENTA PARA HACER LA CRITICA DE UN PROGRAMA:

NIVELES: COLEGIO:	I- No dan razones	II-De Forma solamente	III-De fondo y Forma
Nº 1	24.08%	41.28%	34.40%
Nº 2	18.56%	41.6%	34.80%
Nº 3	28.00%	51.00%	21.00%
Nº 4	30.43%	52.65%	46.38%
Nº 5	13.52%	62.53%	23.66%
Nº 6 (Piloto)	6.51%	43.40%	49.91%

Mucho más significativos que los % son las respuestas que dan estos pequeños críticos de TV; copio algunas de ellas:

“Me parece que ha actuado bien, porque él defiende su nave Como si fuera su propia vida; y es apta para todos”.

(Sobre: “Viaje a las estrellas”).

“Me parece muy mal porque ella no debería meterse en las cosas de los grandes, ni tampoco creer en lo que le dicen sus amigas, porque uno debe creer más a su padre”.

(Sobre “Pinina”).

- C) Completando esta actitud crítica frente al programa, están los resultados logrados en cuanto a la receptividad del mensaje del programa.

RECEPTIVIDAD DEL MENSAJE:

NIVELES: COLEGIO:	I- No dan razones	II-De Forma solamente	III-De fondo y Forma.
Nº 1	24.08%	41.28%	34.40%
Nº 2	18.56%	41.6%	34.80%
Nº 3	28.00%	51.00%	21.00%
Nº 4	30.43%	52.65%	46.38%
Nº 5	13.52%	62.53%	23.66%
Nº 6 (Piloto)	6.51%	43.40%	49.91%

Algunas respuestas nos completan el significado de estos datos numéricos:

“Nos quiere decir que nunca hay que tener envidia de otros, ni mentir. Nos quiere decir que hay que tener sentido del humor en la vida”.

(Sobre “Los Picapiedras”).

“El mensaje que me ha dado ha sido que nunca debo hacer daño a un animal porque trae consecuencias”.

(Sobre “Los Picapiedras”).

- D) Terminamos esta evaluación de resultados comparando las respuestas dadas por los grupos de control y el grupo piloto al hacer la crítica al personaje clave: “Pinina”:

CRITICA AL PERSONAJE "PININA" (PROGRAMA CLAVE)

NIVELES: COLEGIO:	I-En Blanco	II-Solo Forma	III-Fondo y Forma
Nº 1	15.5%	56.8%	27.9%
Nº 2	11.5%	36.9%	51.%
Nº 3	9.4%	63.8%	26.8%
Nº 4	16.3%	53.82%	29.25%
Nº 5	10.14%	70.98%	18.59%
Nº 6 (Piloto)	4.34%	19.53%	75.95%

Comparemos dos respuestas críticas hechas a "Pinina", la primera corresponde al nivel II (consideran solamente la forma del programa) y la segunda se fija en el fondo y contenido: (Nivel III).

- 1) "Que es una chica con espíritu de artista y que tiene calidad en sus palabras y en la forma de decirlo".
(9 años)

- 2) "Pinina en realidad es muy simpática, pero como actúa; me parece mal no enseña a hacer algo bueno, sino a hacer travesuras".
(9 años).

Por último, hay otro aspecto que nos puede dar mayor idea de que es posible motivar a los receptores infantiles a tener algunos criterios, no sólo para criticar el programa televisado, sino también para tener elementos de juicio frente a la televisión en general como un medio de comunicación de masas; la última pregunta del cuestionario de evaluación les pedía que señalaran las condiciones que consideran necesarias para ver TV.

CONDICIONES QUE TIENE EN CUENTA PARA VER TELEVISION

NIVELES: COLEGIO:	I-No Contestan	II-Factores Formales	III-Factores de Fondo
Nº 1	20.64%	56.75%	32.36%
Nº 2	8.60%	41.76%	46.40%
Nº 3.	17.0%	56.0%	27.0%
Nº 4	19.89%	58.50%	21.06%
Nº 5.	15.21%	55.77%	28.73%
Nº 6 (Piloto)	4.34%	17.36%	78.12%

Es evidente la diferencia de resultados en los grupos de control con el grupo piloto. Mientras en los grupos de control las respuestas en las que consideran fondo y forma se limitan a señalar: "...que sea apto para mi edad"; "...que sea educativo...", en el grupo piloto se señalan nuevos aspectos como: La necesidad de dialogar con sus padres sobre lo que ven, proyectar lo aprendido hacia su propia realidad, etc. Veámoslo dicho con sus palabras: Ante la pregunta: "Si una amiga tuya te preguntara qué debería tener en cuenta para ver TV. ¿Qué le dirías?", contestan así:

"Le diría que primero haga sus deberes y después piense qué programa va a ver y cuántas horas iba a ver y si no ha entendido, preguntar a sus papás".
(8 años).

"Pregunta a tus papás qué programa te recomiendan, estáte atenta a lo que te enseña el programa, conversa con tus papás sobre el programa".
(9 años).

Si vemos que surge en el pequeño receptor crítico este deseo y actitud de diálogo, tendremos que preguntarnos cuál debe ser el papel de la familia, no sólo para responder en este diálogo sino también para colaborar en la orientación y formación del niño receptor.

Una encuesta realizada a un grupo de Padres de Familia del Colegio Piloto, nos revela algunos datos de cuál es en este momento el criterio que tiene la familia de nivel medio para considerar la TV como una influencia positiva o negativa para sus hijos.

Resumimos algunos datos más importantes:

- 1) Sobre si dialogan con sus hijos, la mayoría responden que lo hace a veces, pero por las razones que dan para hacerlo, no indica que lo consideran factor primordial en la educación.
- 2) En relación con el programa que consideraban como el preferido de sus hijos, el máximo puntaje se lo llevó el programa: "Pinina". Téngase en cuenta que las 80 familias encuestadas tienen a sus hijos en los diferentes grados de escolaridad, desde Educación Inicial hasta 5º año de Secundaria y la muestra en este aspecto fue bastante pareja.
- 3) Sobre los Programas de TV que consideraban positivos, el 25% no contestó o bien indicó que no lo sabía. El 43% consideró que no había ningún programa que pudiera ser positivo para sus hijos.
- 4) Como programas de influencia negativa, señalan principalmente las Telenovelas.
- 5) Por último a la pregunta de si notan una influencia de los programas de TV sobre sus hijos, el 43% consideró que no influyen y el 23% aceptó esta influencia, considerándola negativa.

Los datos son significativos para la interrogante que nos hacíamos anteriormente. Los resultados de la experiencia con relación a cuál sería el papel de los Padres de Familia en esta orientación permite llegar a las siguientes **conclusiones**:

- 1) Frente a los programas que actualmente se dan en nuestra TV local, es necesario que los niños reciban una orientación adecuada sobre cómo usar este medio de comunicación.
- 2) La escuela tiene un papel importante en esta orientación, pero debe realizarse en íntima colaboración con la educación que se dé en el hogar.
- 3) Al preguntarnos sobre la actitud que deben asumir los padres ante los M.C.S. se puede señalar la necesidad de que tengan una actitud realista, de conocer los programas que ven sus hijos, no imponerles un programa simplemente porque los consideramos apto para ellos, sino aprender junto con ellos a elegirlo de común acuerdo.
- 4) Por último lo más importante es una actitud de diálogo constante para enseñarles a ver y analizar los programas, fijarse en cómo lo captan y aclarar lo que vemos que les impresiona más.

Esta actitud dialógica exige bastante sacrificio a los padres, es

mucho más cómodo encender la TV y olvidarse que los niños están en casa, pero esto hecho sistemáticamente es ir levantando la barrera de la incomunicación entre ellos y nosotros. El conocer lo que ven los niños es también hacer un análisis crítico a ese mundo al que tal vez no le abriríamos la puerta de nuestra casa, pero como entra camuflado por la pantalla del televisor, no nos detenemos a pensar si sus contenidos están de acuerdo con el código de valores que queremos para nuestra familia.

EL RECEPTOR ADOLESCENTE Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

El ser del adolescente con su singularidad y su problemática típica, nos exige cambiar el enfoque de nuestro futuro plan para educarlo como receptor crítico, consciente y creativo.

La experiencia realizada en este nivel tuvo como muestra a las alumnas de 4º año de Educación Secundaria de los 6 colegios seleccionados. En total fueron 293 sujetos de 14 a 17 años. El grupo piloto fue elegido del mismo colegio que sirvió como tal para experiencia en el nivel de niños.

La exploración de la muestra abarcó mayor número de aspectos relacionados con los M.C.S. que los considerados para los niños. Se quería conocer el uso que a esta edad (adolescentes) hacen de los M. C.S.: Teléfono, Radio, TV, Prensa escrita y Cine, considerando el tiempo que emplean y el modo de usarlos. Junto a esto se vio cuál era su actitud en cuanto a la elección de emisiones, criterios de preferencia y capacidad de análisis crítico.

Sobre el uso de Medios de Comunicación vemos según porcentajes totales que poseen teléfono el 50.66%. Radio el 98.26% y Televisor el 97.24%.

En la frecuencia en el uso de los mismos, destacan en el nivel de una recepción diaria: Radio 55.4%; Televisión 63.2%.

Más concretamente el término medio del uso de la TV diariamente fluctúa entre 2 a 3 horas: el 30.60% y de 4 a 5 horas diarias: el 19.04%.

El interés por el cine está en dos niveles: escaso interés el 42.5% y mucho interés: 51.%. Aunque la asistencia al mismo está entre 1 vez por mes: 47.27% y semanalmente: el 33.66%.

La Comunicación escrita tiene preferencias entre el público adolescente: Leen poco: 53.14% y mucho: 39.44%.

En relación con la actitud de los adolescentes frente preferencias en la elección de transmisiones tenemos:

- 1) **Elección en: Lecturas:** prefieren las de corte romántico: 48.64% y le siguen las revistas con 30.94% y las novelas de aventuras: 30.60%

En las **Películas:** predomina el gusto por las de acción y aventuras: 55.76%. Cine terror: 52% y Románticas 49.30%.

La búsqueda de emociones fuertes es algo muy evidente, la respuesta de una de ellas de 16 años nos puede dar la clave, dice:

“Me gusta que (la película) sea emocionante y llena de suspenso, porque así puedo darme cuenta de cuán fuerte soy en mis emociones que como mujer puedo tener”.

Los más bajos puntajes dentro de los films seleccionados los tienen las películas de corte más serio: tema social, históricas, científicas, (26.86%).

En **Televisión:** El máximo de elecciones lo tienen las telenovelas: 70.04%. Le siguen a mucha distancia los largo metrajes y series: 36.4%. Los programas de tipo cultural no dan más que 15.3% de elecciones.

- 2) **Los criterios de elección y capacidad de análisis** evidencian ya el tipo de programas o películas pero profundizando más vemos que: en el Cine el criterio que predomina es ante todo la forma: 75.82%, sobre el contenido o fondo del film: 19.38%.

Algunas respuestas significativas:

“Me gustan los personajes, pues me intereso más por la película si son jóvenes “churros” y las chicas lindas. Que haya casas lujosas, modernas, no la pobreza que deprime”.
(16 años).

En televisión consideran varios tipos de valores en los programas elegidos: Predominan los valores artísticos: 75.82%. Le siguen los culturales con 30.94% y los de descanso y diversión: 11.56%. Lo de tipo educativo-moral lo consideraron en un 6.46%.

Lo que les interesa específicamente de un programa de TV, es que tenga problemática: 64.94%, aunque no señalando de qué tipo.

Una pregunta interesante porque nos indica, con los puntajes positivos de respuestas, que hay posibilidades para una acción orientadora sistemática, fue sobre si suelen conversar y discutir de lo que ven por TV; el 86.70% contestó que sí era tema frecuente en su diálogo con sus amigos (32.64%) o bien con todos: 52.70%.

POSIBILIDADES DE LA COMUNICACION DINAMICA CON LOS ADOLESCENTES:

Los objetivos propuestos para la experiencia realizada en este nivel fueron semejantes a los que se buscaban en la orientación con niños: la educación del receptor consciente, crítico, dialógico, dentro del contexto educativo de la escuela y empleando la dinámica de grupo como uno de los elementos integradores y realizando la experiencia por medio de análisis grupales en los que se usaron diferentes medios de comunicación en una motivación graduada, de menor a mayor complejidad: Foto-lenguaje; Disco-forum; TV-forum.

Para introducir el plan de trabajo dentro de la programación escolar se eligió la asignatura de Psicología, que ofrecía más posibilidades para este tipo de trabajo, parte que el tema de la Comunicación tiene muchos elementos psicológicos.

Se establecieron dos etapas de experimentación:

I. Etapa del receptor:

- A) Iniciación del lenguaje de la imagen: fotolenguaje.
- B) El lenguaje de la audición radial: Disco-forum.
- C) El lenguaje audiovisual: TV-Forum.

II. Etapa del emisor: Iniciación del grupo como emisores a través de la creatividad grupal en la elaboración de Micro-programas por equipos de 6 a 7 alumnos.

Duración total de la experiencia: de agosto a diciembre, 1973.

Los recursos metodológicos empleados fueron:

I. La Dinámica de grupo operativo: especialmente Philips 6—6, equipos de trabajo; Plenarios.

II. Las fichas guías para el trabajo, en 4 tipos diferentes:

- 1) Ficha directiva para una actividad concreta, por ejemplo la recepción de programas de TV durante las vacaciones trimestrales.
- 2) Ficha guía para los forums (esta ficha se elaboró en colaboración con las alumnas).
- 3) Fichas de motivación y guía para el trabajo de creación grupal de micro-programas.

4) Ficha-esquema para el micro-programa.

III. Medios de comunicación y recursos audiovisuales: TV, cassettes, fotografías, etc.

Un breve análisis de cómo se cumplieron las dos etapas de la experiencia (la de receptor y la de emisor):

En la **primera etapa**, el mayor tiempo se dedicó a la observación y a la interpretación del mensaje (sesiones de foto-lenguaje y Disco-forum). A esta edad los sujetos son altamente proyectivos y teniendo un material adecuado es posible llegar a una gran creatividad y reflexión, tanto individual como colectiva. Se buscó mucho el llevar al grupo a ser conscientes y a descubrir el mensaje que encierra todo medio de expresión y a la vez comprobar el efecto, objetivo y subjetivo que ejerce sobre el espectador. Unido a esto se buscó la práctica de la expresión creativa grupal.

El empleo del Disco-forum fue solamente de motivación para el ejercicio de la reflexión grupal ya que la mayor sistematización del trabajo se daría en las sesiones de TV-forum.

Se pueden señalar varios pasos con este medio de comunicación:

- 1) Exploración de situaciones con miras a un futuro análisis. Con ayuda de la ficha guía cada participante vio distintos programas de TV, para poder seleccionar y sugerir los más convenientes.

En esto se dieron expresiones artísticas críticas muy interesantes, algún ejemplo de ellas:

“En el caso de la TV peruana esto todavía no se cumple (los programas de formación y opinión pública) en una forma completa, pues se ve que la orientación que se da a las masas marginadas es la de tomar una actitud que dañe al que está arriba. En cuanto a la difusión cultural de los programas tratan de esto pero son los peor organizados y por tanto los que menos atraen a los televidentes”.

(16 años).

“Los anuncios están hechos muchos de ellos sin sentido o sea que por ejemplo quieren hacer propaganda a unos artefactos eléctricos y pone na una chica en bikina, la cual los empieza a enseñar, lo que no tiene sentido que esté publicitándose ella, porque a los receptores (en especial los hombres) más que los artefactos les llama la atención la chica”.

(16 años).

- 2) Análisis grupal de los programas elegidos: los aspectos que

se tuvieron en cuenta como base del debate por equipos fueron:

1. Forma o estructura del programa.
2. Fondo o mensaje del mismo.
3. Tipo de público para el que es adecuado.
4. Mejoras al programa.

Los plenarios completaron el análisis y permitieron confrontar opiniones diversas de los grupos.

Por razones de tipo práctico la recepción de los programas se hizo siempre en forma individual, cada una en su casa y esto por razones de horario constituyó una clara dificultad para lograr que el programa y el debate posterior no estuvieran muy distanciados en el tiempo.

Copio algunas opiniones de los equipos, sobre programas que eran muy populares en ese momento:

Sobre el programa "Cosa Juzgada":

"Contenido ideológico: nos hace ver la influencia negativa de algunas personas sobre otras más débiles. Que no es sólo importante la belleza exterior sino la interior, pues es muy importante la dignidad de la mujer.

Nos hace ver que es bueno que toda persona tenga anhelos de superarse, pero no a tal punto que perjudique a otros el superarse él".

Sobre la Telenovela "Esmeralda":

"La mayoría de las mujeres pierden su dignidad. Equivocado orden de los valores morales, No tiene mensaje, enseña la mentira, no conduce a nada.

Cultura: No tiene enseñanza cultural.

Forma: Hay coherencia de forma y fondo en exceso. Todo gira alrededor del protagonista. No desempeñan bien su papel".

En la **Segunda etapa**, formación de emisora, se orientó a una creatividad sencilla y concreta: la elaboración en equipo de un micro programa para TV.

Salvando como es obvio las deficiencias de tipo técnico, los resultados fueron muy aceptables.

En colaboración con todas las alumnas se elaboró un esquema de trabajo para que sirviera como guía y después se pasó al trabajo por equipos; el asesoramiento de la profesora se dio solamente cuando el equipo los solicitaba; el resultado después de varias sesiones de trabajo, fue el esquema de 7 micro-programas, de los cuales se incluye dos ejemplos en el Apéndice documental.

Para la selección de la temática, uno de los equipos llegó a realizar una encuesta relámpago al público de la calle. En todo momento los temas fueron producto de s inquietud juvenil, los títulos fueron los siguientes:

Micro-programas:

- Nº 1. "El mundo de Aldito". Duración 10 minutos. Tema infantil dedicado a niños de 6 a 8 años. (Equipo Nº 1; 6 miembros).
- Nº 2. "El turismo en el Perú y como incrementarlo (15 minutos). Programa seriado para el público en general. (Equipo Nº 2; 6 miembros).
- Nº 3. "¿Qué poseemos?" (2 minutos) Seriado, tipo sport, sobre los grandes inventos ;como ejemplo presentaron "El teléfono". (Equipo Nº 3; 6 miembros).
- Nº 4. "Elige tú..." (20 minutos) Programa seriado sobre Orientación profesional, dedicado a los jóvenes. (Equipo Nº 4; 6 participantes).
- Nº 5. "El adorable avance científico" (15 minutos) Serie de tipo jocoso, satirizando la maquinación; dedicado a los "jóvenes con espíritu". (Equipo Nº 5; 5 participantes).
- Nº 6. "Y tú, joven... ¿piensas así? (20 minutos) Serie sobre problemas de juventud, presentación de casos, como ejemplo: "Una chica entre los hippies". (Equipo Nº 6; 5 participantes).
- Nº 7. "Como el hombre se adapta al medio ambiente" (30 minutos) Programa seriado, de temática muy amplia (Equipo Nº 7; 7 miembros).

Resultó también muy positiva la evaluación que hizo cada equipo de los trabajos realizados por sus compañeras.

Este deseo de ser no sólo receptores críticos sino también a su vez, emisores, se reflejan en la opinión dada por una de las alumnas cuando se les pidió iniciativas para realizar alguna actividad en Medios de Comunicación:

“Los Medios de Comunicación se deben extender a todas las personas, me parece que si mandamos una carta (a los canales de TV) ésta tal vez quede arrinconada. ¿Por qué no ir a dar nuestras ideas y ofrecernos?”.
(16 años).

EVALUACION FINAL DE RESULTADOS:

Al finalizar la experiencia sistemática con el grupo piloto, se pasó un cuestionario de evaluación, buscando principalmente comprobar cómo estaba el nivel de criterios, capacidad de análisis y actitud crítica en el grupo piloto en relación con los grupos de control, en un medio de comunicación solamente: Televisión.

El primer punto evaluado: **criterios de preferencia** en los programas arrojó los siguientes resultados, están considerados ambos aspectos: negativos y positivos del programa:

ASPECTOS NEGATIVOS Y POSITIVOS CONSIDERADOS EN UN PROGRAMA

Niveles Colegio.	ASPECTOS NEGATIVOS			ASPECTOS POSITIVOS		
	I. En Blanco	II-Forma	III- Fondo	I. En Blanco	II-Forma	III- Fondo
Nº 1	77.86%	8.88%	13.32%	48.8%	22.2%	33.3%
Nº 2	86.%	4.%	10.%	55.%	24.%	20.%
Nº 3	74.%	10.24%	15.3%	40.9%	28.1%	30.7%
Nº 4	89.1%	2.7%	8.10%	48.6%	24.3%	27.%
Nº 5	81.7%	14.%	4.5%	59.%	20.40%	20.%
Nº 6 (Piloto)	40.6%	9.7%	41.3%	17.%	7.4%	75.6%

Para comprender estos resultados hay que tener en cuenta que el señalar los aspectos negativos y positivos era en relación con su programa preferido, vemos que la forma más lógica de respuestas se da en grupo piloto.

El segundo aspecto evaluado: Capacidad de análisis frente al M.C.S. se midió pidiéndoles que seleccionaran un programa y que dieran su opinión sobre la forma y fondo del programa y sobre la actitud del protagonista, con los siguientes resultados:

ANALISIS DE LA FORMA Y DEL FONDO DE UN PROGRAMA DE TV:

Niveles Colegio	I. No captaron:		II. En general:		III Distinguen elementos:	
	Forma	Fondo	Forma	Fondo	Forma	Fondo
Nº 1	22.2%	31.%	66.%	48.8%	11.%	19.9%
Nº 2	36.%	50.%	53.%	42.%	12.%	8.%
Nº 3	23.%	38.%	64.%	33.%	12.%	23.%
Nº 4	17.%	35.%	67.%	47.%	14.%	17.%
Nº 5	27.%	27.%	63.%	56.%	9.%	15.%
Nº 6 (Piloto)	7.%	14.%	21.%	26.%	70.%	58.%

ANALISIS DEL PROTAGONISTA DEL PROGRAMA

NIVELES: Colegio:	I-En Blanco	II-Se fijan en la forma	III-Analizar su Conducta, causas, consec.
Nº 1	28.86%	59.94%	11.10%
Nº 2	44.7%	50.7%	6.6%
Nº 3	30.72%	61.44%	7.68%
Nº 4	18.90%	74.25%	6.75%
Nº 5	27.74%	51.29%	11.35%
Nº 6 (Piloto)	13.4%	48.8%	36.6%

Aquí también los resultados reflejan el progreso alcanzado por el grupo político, que en comparación con los demás grupos, considera en un mayor porcentaje (36.6 y (48%) los elementos de forma y fondo para hacer una crítica del protagonista.

Para evaluar la capacidad creativa frente al medio se les pidió que indicaran qué mejoras harían ellas al programa y qué aspectos tendrían en cuenta para elaborar un programa de TV. Transcribimos los resultados del segundo aspecto evaluado:

ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA HACER UN PROGRAMA DE TV:

NIVELES Colegio	I-No los se ñalan.	II-Aspectos Técnicos	III-Aspectos de Con- tenido	Provección Comunitaria
Nº 1	22.20%	48.84%	22.20%	6.66%
Nº 2	20.%	60.%	14 %	6.%
Nº 3	26.16%	43.52%	23.04%	5.12%
Nº 4	39.15%	37.80%	21.60%	1.35%
Nº 5	27.24%	45.40%	2.27%	4.57%
Nº 6 (Piloto)	9.27%	12.15%	58.5%	19.44%

Para cerrar este punto de evaluación, solamente transcribo una opinión que resulta como el resumen de lo que se percibió en el grupo piloto como una actitud crítica y creativa, generalizada en todas las participantes del grupo:

“Qué es lo que yo quiero transmitir; que mi mensaje esté dentro de la línea de problemas que afronta el Perú, es decir que no se salga de la realidad”.

En los micro-Programas que elaboraron podemos ver un poco, como la síntesis de logros de esta experiencia que no es más que el inicio de un camino para llegar a tener unas metas definidas sobre la auténtica comunicación dinámica.

LA EDUCACION DEL RECEPTOR ADULTO: EL DISCOFORUM

Los resultados obtenidos en la educación del receptor que se desenvuelve dentro del contexto de la escuela, nos llevan a preguntarnos si es posible una educación sistemática del receptor adulto.

En cuanto al tiempo, la experiencia en este nivel fue anterior a las dos indicadas con niños y adolescentes y sus resultados llevaron precisamente a la necesidad de iniciar cuanto antes esta educación sistemática del receptor escolarizado.

Aunque las conclusiones obtenidas con adultos no tienen las posibilidades que se ven en la educación escolar, conviene sin embargo, aunque sea panorámicamente, ver cómo se llegó a ellas, pues ofrece la perspectiva de seguir intentando soluciones para una educación del receptor fuera del marco escolarizado.

La muestra elegida para esta experiencia fue amplia y variada, en total 50 grupos (que fluctúan entre 6 a 20 personas en cada uno) con

un total de 704 personas (262 varones y 442 mujeres), correspondiendo a cuatro áreas socio-culturales:

- A) Pueblos jóvenes (10 grupos de zonas marginales de Lima).
- B) Ambiente universitario (13 grupos de profesores y alumnos).
- C) Area familiar (13 grupos de padres de familia y educadores).
- D) Líderes juveniles (14 grupos: objetivo liderazgo).

Dos premisas de selección dieron unidad a la muestra, fueron:

- 1) Que los grupos tuvieran un interés o inquietud de trabajar en equipo, aunque no hubiera mayor integración entre ellos.
- 2) Que tuviera posibilidad de realizar alguna acción comunitaria.

El total de sesiones de dinámica realizadas con los 50 grupos fue 113 sesiones, con una media de 3 a 4 sesiones por grupo. La duración total del trabajo fue de abril a diciembre 1972. Dado que los grupos, circunstancias de los mismos y lugares eran muy diversos, el trabajo no fue simultáneo sino sucesivo con los distintos grupos.

En este sector de integrantes adultos, por la variedad de las circunstancias se empleó un medio sencillo la audición en sesiones de dinámica grupal, de un material radiofónico grabado en cassettes: la Serie "Jurado N° 13", formado por 60 capítulos con temas independientes de 3 secuencias de duración, ha sido producido por APEC-SER-PAL (2).

La aplicación se realizó en dos tipos de sesiones de Radio-forum o Disco-forum: sistemático y de impacto.

El Esquema de trabajo en el Discoforum de impacto fue: el siguiente:

- 1) Reunido el grupo en un local adecuado, después de los saludos se da la audición, sin mayor explicaciones, de una o dos secuencias del tema seleccionado.
- 2) Después de la audición: debate libre, sin intervención del promotor. No se emplea material complementario.

(2) La difusión de esta serie radiofónica en América Latina a partir de 1973, está teniendo gran importancia para la educación del receptor; véase el Boletín Informativo de Radiodienst—Unda/AL. Montevideo 1973 Nos. 47, 48 y 49.

3) Evaluación a través de una observación sistemática y con la ayuda de los reportes para sesión-forum.

El **Discoforum sistemático** se realizó siguiendo los siguientes pasos:

- 1) Presentación breve pero concreta del material radiofónico por el promotor o animador.
- 2) Audición de una secuencia del programa elegido.
- 3) Debate dirigido, bien con ayuda de un cuestionario o a través de sugerencias y preguntas hechas por el promotor en el momento que juzgase conveniente para el grupo (3).
- 4) Empleo de material complementario; posters, información escrita, grabaciones más breves sobre el mismo tema, cuestionarios de evaluación, etc.
- 5) Evaluación escrita realizada por el mismo grupo cuando el momento era propicio, y siempre por participación del promotor, con una observación sistemática del desarrollo de la sesión y con la elaboración del reporte de sesión. Al mismo tiempo se llevó el control general a través del cronograma de experimentación.

En el Disco-forum de impacto, la motivación se emplea como factor sorpresa, mientras que en el sistemático se da dosificada y por más tiempo aparte de estar reforzada por el material complementario.

En cuanto al papel del animador, en el caso de impacto, su influencia se reduce a meras líneas formales de trabajo: aportación del material radiofónico, duración de la sesión, pero siempre en forma externa y ajena al grupo; mientras que en el sistemático, ejerce una clara influencia en los participantes, involucrándose en el proceso, pero conservando como es natural su rol de catalizador.

RESULTADOS PRACTICOS DEL DISCOFORUM:

La evaluación de resultados, no fue fácil ya que se trataba de reducir a porcentajes aspectos como: integración del grupo; grado de influencia de la sesión en los participantes, etc. aparte de la variedad de los mismos grupos que impedía el aplicarles a todos un cuestionario escrito, en algunos grupos abundaban los analfabetos. Se salvó la situación considerando la observación directa y el seguimiento del grupo por el promotor, recogido en un reporte escrito de la experimentación en cada sesión-forum. Se tuvieron en cuenta también las opiniones orales y escritas de los mismos participantes.

(3) En el apéndice documental se incluye un ejemplo concreto.

Se consideró como pauta fija el tipo de Discoforum utilizando en cada grupo, y como variables:

- A) El grado de participación del grupo (participación parcial o plena en el debate).
- B) Desarrollo del debate sobre el tema presentado.
- C) La atmósfera grupal.
- D) La productividad posterior del grupo.
- E) El grado de motivación del tema generador sobre el grupo.

Considerando los efectos observados en los grupos correspondientes a los dos tipos de discoforum, se pudo comprobar que en la mayoría de los grupos que asistieron a sesiones de discoforum sistemático se dio mucho más la participación de los miembros en las discusiones, la atmósfera grupal fue positiva en más alto grado y la productividad comunitaria fue más evidente.

Comparando los resultados entre las cuatro áreas socio-culturales en las que se agruparon los grupos, se observó, como una constante, mejores resultados en los grupos de menor índice cultural cuando éstos asistieron a reuniones de discoforum sistemático sobre aquellos que solamente tuvieron discoforum de impacto.

Esto permite indicar la importancia de la sistematización en la orientación empleando medios de comunicación, sobre todo cuando los grupos presentan mayor receptividad a esta influencia.

El grupo en el discoforum sistemático, tiene más oportunidad de integrarse dentro de unas condiciones: motivación dosificada, más dinámica de grupo, que le permiten profundizar más en la problemática que se le presenta en la audición. El proceso de análisis que vive es más completo no se queda en una reflexión sobre la situación de la grabación sino que el grupo puede llegar a un análisis de su situación personal y circunstancial, posiblemente con rasgos semejantes al tema de la serie radiofónica. e da un proceso psicosocial de toma de conciencia de situaciones.

Conviene resaltar la importancia que puede tener el tema en una sesión dinámica de este tipo, es importante que la problemática presentada posea esa fuerza motivadora que lleve al oyente a cuestionarse. Esta intencionalidad la cumple ampliamente la serie elegida para esta experiencia. El autor de la misma, el periodista uruguayo Mario César Kaplún nos lo decía, no quiso en ningún momento crear un "Programa educativo", ni siquiera cultural, pues eso aburre al pú-

blico generalmente, lo que él quería era “incentivar a los oyentes a pensar ,a cuestionarse, pero partiendo de situaciones vivenciales conocidas y tal vez vividas por los mismos receptores (4).

Recuerdo algo, corroborando esta idea, que pude comprobar personalmente, en uno de los grupos con los que se tuvo una sesión de *Discoforum*, el programa que se les pasó era, al decir de los pobladores, la historia de su barrio.

El tema elegido: “Proceso de los quietos” es el caso de una zona de *barriada* (pueblo joven) el Barrio Las Flores, donde un día ocurre un accidente: un niño se ahoga al caer al canal de desagüe que atravesaba el barrio. El accidente es ocasión para que tomen conciencia de su problema y busquen en equipo la solución más adecuada.

En el grupo con el que se tuvo este *disco-forum*, la zona habitada por ellos la Urbanización “Las Flores” (curiosa coincidencia ya en el nombre) había sido una antigua hacienda donde aún existían los canales de riego sin canalizar en los que se habían caído no un niño sino tres en el término de 7 años (5). No hace falta añadir que el grupo se vio de tal manera retratado que no tuvo necesidad de escuchar la tercera secuencia, donde se narra la solución del caso. En esa misma larga sesión, replantearon la organización de su cooperativa para lograr cuanto antes la instalación del agua potable y el desagüe en su zona.

No siempre suceden situaciones tan evidentes, pero sí es importante que se de una cierta relación con la problemática. A esto también ayuda la forma periodística en que se presentan los casos en esta serie: como un proceso judicial en el que se invita al oyente a emitir también su propio veredicto.

Otro aspecto que no conviene descuidar es la presencia del Promotor, que no es en ningún momento el líder del grupo, sino aquella persona que lo asesora ofreciéndole los motivos y medios para una reflexión grupal. Por los resultados obtenidos, se ha comprobado que a menor nivel cultural en el grupo, hay mayor necesidad de sistematizar las sesiones por tanto una mayor intervención asesora del promotor.

(4) Entrevista con Mario César Kaplún, Lima agosto 1972. Con el libro de “Jurado N° 13”, Kaplún obtuvo el Primer Premio en el concurso Latinoamericano Hunanum de radiodifusión y en 1971 el Premio Mundial UNDA, con la serie “El Padre Vicente”: diario de un cura de barrio.

(5) No sólo aquí en Lima se ha podido comprobar esta identificación con el tema. Otros dos casos de similitud del problema con los temas: “Proceso a una ciudad” y “Proceso a una vecina”, se dieron en dos poblaciones de la República Dominicana: Loma Cabrera y la Ceyba. (Cartas a Radio Sta. María, Boletín Radiodienst, Nov. 1973 N° 48.

Esta experiencia en el nivel adulto, nos permite comprobar que también es posible llegar a lograr cierta toma de conciencia crítica, en receptores que por su edad y circunstancias de vida tienen adoptada ya una postura más definitiva frente a las influencias de los Medios de Comunicación social.

Aunque al explicar cada experiencia se han ido señalando algunas conclusiones parciales, conviene presentar los aspectos más destacados que podemos considerar como **Conclusiones Generales** de toda esta experimentación en Medios de Comunicación Social y Dinámica de grupo:

- 1) El empleo sistemático de la Dinámica de grupo en el uso de los medios de comunicación, permite modificar y mejorar los efectos de dicha transmisión en los receptores, lográndose una formación de los criterios.
- 2) Si queremos que el espíritu crítico y creativo de los receptores sea cada vez más auténtico, es conveniente iniciar esta educación en forma sistemática, desde los primeros años de su vida escolar.
- 3) La elección del o de los medios de comunicación para realizar un proceso de orientación del receptor a través de la dinámica de grupo, dependerá en gran parte del uso mayoritario del mismo y de la influencia que tenga en esa área de receptores.
- 4) Los programas de TV que presentan más interés para el grupo social estudiado, no son los programas infantiles o juveniles y menos aún los llamados programas educativos, sino aquellos que por muchos conceptos no son adecuados a su mentalidad, destacando el impacto o interés que produce en ellos, las telenovelas niños: 53%; adolescentes 70.4%.
- 5) Ha sido efectivo y con buenos resultados el esquema para educación del receptor empleado en los dos grupos pilotos tanto en niños como en adolescentes, los porcentajes de la evaluación lo confirman:

El grado de receptividad y análisis del mensaje aumentó notablemente: exploración: 17.3% de receptividad; en la evaluación: 43.6%. Análisis del mensaje: 13.4% en la exploración y 78.12% en la evaluación. (Datos a nivel niños).

En cuanto a la elección de programas, se llegó a cambiar en el nivel: niños, la preferencia por el programa: "Pinina", a pesar de que se mantuvo en toda su popularidad: en la exploración, solamente: 10.8%.

En cuanto a la actitud crítica del grupo piloto en relación con este mismo programa "Pinina", se logró llegar a un análisis crítico bastante apreciable; 75.95%.

- 6) En la experiencia con adolescentes, el grupo piloto pasó de la etapa de análisis a la etapa creativa, proyectando y realizando un equipo: Microprogramas que expresaban su propio mensaje.
- 7) El empleo de los programas más sintonizados como motivación para el trabajo con Dinámica de grupo, favorece el análisis grupal, hace que lleguen a profundizar en él ya que sirve de elemento motivador y unificador para el grupo de receptores.
- 8) **Es posible incluir este tipo de orientación** como empleado en ambos niveles escolares, **dentro de las Unidades del trabajo escolar**. La actual Ley General de Educación lo favorece y apoya, ya que busca una mayor integración de los contenidos de la escuela dentro de la vida de la comunidad educativa.
- 9) El empleo de la Dinámica de grupo junto con los M.C.S. seleccionados, ha permitido establecer **los lineamientos para un plan de acción para la orientación y formación sistemática de los receptores**.

Por último se recomienda que la Educación sistemática de los receptores se incluya dentro de la Orientación del Educando en el nuevo Curriculum de Educación Básica Regular.

Y que sean los educadores, los que asuman esta tarea de formación en medios de comunicación, adaptándola al nivel y capacidad de sus alumnos a través de la preparación y aplicación de un Plan de Acción adecuado.

CAPITULO III

LINEAMIENTOS PARA UN PLAN DE ACCION EN LA EDUCACION SISTEMATICA DEL RECEPTOR

Después de las experiencias vividas en los tres niveles concretos de receptores (niños, adolescentes y adultos) vemos que es posible una sistematización en la educación en medios de comunicación. Pero no podemos hablar todavía de un método específico, eso será tarea de trabajos futuros; aquí solamente se esbozan los lineamientos concretos que puedan servir de pautas para establecer esa comunicación dinámica que tanto se necesita.

En el encuadre de la actual Reforma de la Educación Peruana, vemos que esta orientación específica en medios de comunicación, responde al marco ideológico de la reforma en sus principios fundamentales de:

- Toma de conciencia y criticidad.
- Creatividad.
- Participación y cooperación.

Fijándonos más concretamente en las Areas Educativas, este tipo de educación en medios de comunicación social, se situaría principalmente dentro de la Orientación y Bienestar del Educando (OBE) y en las líneas de acción de Ciencias Sociales: Lenguaje, Educación Artística. Buscamos una atención al educando en sus dimensiones individual y social, que no puede situarse fuera del campo genérico de la comunicación.

En el caso de la Educación de Adultos (EBL.), el marco más adecuado para esta educación del receptor lo encontramos en el área de Promoción Comunal.

En relación con el Area de Ciencias Sociales por ejemplo, su actual enfoque hacia una concepción del hombre nuevo, abierto a todas las dimensiones de la comunicación: hombre abierto a la naturaleza, abierto a sí mismo, abierto a los demás hombres y abierto a un Dios Trascendente, no puede ser ajeno al campo de los medios de esta misma comunicación.

La formación del receptor se convierte así en parte integrante del curriculum de estudios de un sujeto, como forman parte de su vida tanto las actividades de leer y escribir en la escuela, como el ver una serie policial por TV., al volver a casa.

Para ofrecer estas pautas nos estamos dirigiendo principalmente al maestro y al orientador, aunque no hay que descartar a nadie, pues de alguna manera somos educadores de los demás.

Esta formación del receptor, hay que considerarla desde los primeros años de su educación y estableciendo unos niveles progresivos, adecuando el método a seguir al momento y etapa que viva.

Previamente habrá de establecerse unos objetivos específicos y seleccionar los medios que van a permitir alcanzarlos. Aquí proponemos dos, bien concretos:

- 1) La Dinámica de grupo y
- 2) Los medios de comunicación.

Y junto a ellos hay que considerar los otros elementos metodológicos auxiliares (fichas directivas, guiones, etc.).

Tratando de simplificar este proceso formativo resumimos las etapas que conviene tener en cuenta en tres:

- A) Aprender a percibir.
- B) De-codificación del mensaje.
- C) Etapa creativa: e lreceptor emisor, en el que se darán unas actitudes de análisis creativo, planificación grupal, realización y auto-evaluación.

Téngase en cuenta que los pasos señalados en el Proceso de Comunicación Dinámica (ver esquema gráfico) con correlativos a estas tres etapas de formación del receptor.

En relación con los medios de comunicación, conviene tener en cuenta los niveles de captación por los que puede pasar el grupo:

- 1) Nivel sentimental;
- 2) Nivel crítico;
- 3) Nivel vivencial y
- 4) Nivel práctico (1).

Normalmente el sujeto suele quedarse en el nivel sentimental, es necesario para que sea un receptor crítico, que pase a los otros niveles para llegar a convertirse en agente de comunicación.

PAUTAS PARA LA EDUCACION DEL RECEPTOR INFANTIL:

No es fácil establecer pautas generales en este primer nivel, ya que nos podemos encontrar grupos de receptores de 5 a 6 años o menos y aquellos formados por niños de 8 a 10. Convendrá tener en cuenta esto para adecuar a cada nivel las líneas generales de trabajo:

- A) **Etapa de preparación:** (para el orientador o promotor).
 - 1) Exploración de los intereses del grupo: hace falta conocer no sólo al grupo sino también su contexto social, y los medios de comunicación más usados por ellos.
 - 2) Selección de los temas o intereses detectados en el grupo y elaboración de los objetivos de la Orientación sistemática.
 - 3) Preparación del Plan de trabajo a seguir, teniendo en cuenta su relación con los programas educativos del nivel.

(1) López Vigil, J. "El Discoforum, un recurso nuevo al servicio de la educación popular". *Boletín Radiodienst Unda*. AL. Nº 26, julio 1972.

- 4) Selección y elaboración de los materiales didácticos (grabadoras, aparatos de TV., láminas; tocadisco, filminas, fotos, fichas de trabajo, canciones, etc.).
- 5) Elaboración del Cronograma de Trabajo. Es importante que la duración sea más bien corta, según la edad de los receptores.

B) Etapa de la aplicación práctica:

Consiste en la realización práctica de las tres etapas del proceso formativo:

- 1) **Aprender a percibir:** etapa de observación guiada, las actividades dependerán del M.C.S. que se use, sea visualizado o sólo de audio; es preferible trabajar con grupos reducidos, no más de 20 miembros. Si el grupo sabe leer y escribir se le puede dar fichas guías que sean sencillas y estén dosificadas.
- 2) **Aprender a comunicarse:** etapa de expresión personal y grupal. Conviene subdividir al marco-grupo en equipos de 6 a 8 miembros. Esta expresión puede darse a través de las actividades artísticas como el dibujo, pintura o rítmica, conviene que haya siempre una motivación previa a través de algún medio de comunicación.
- 3) **Aprendizaje creativo:** Cuando el grupo está motivado se puede pasar a expresiones grupales más complejas, por ejemplo la Dramatización. La motivación previa podría ser un cuento grabado o un programa de TV. El desarrollo de una sesión de este tipo puede tener los siguientes pasos:
 - a) Recepción del tema generador, por todo el grupo de alumnos.
 - b) Un Philips 6—6 para elegir el tema de la dramatización por equipos.
 - c) Preparación por equipos de la presentación.
 - d) Presentación de la dramatización.
 - e) Crítica grupal sobre la representación.

El valor pedagógico de la Dramatización, una técnica de dinámica, radica principalmente en el desarrollo de la expresividad, la interrelación, comunicación y afirmación de la confianza en sí mismo del educando y permite descubrir nuevos intereses y actitudes en el niño.

La duración de este tipo de sesiones conviene que sea de 45 a 50 minutos y si incluye también la motivación puede llegar a 70 minutos.

Junto a este tipo de trabajo, conviene ir ofreciendo a los pequeños receptores, la recepción de programas(los que ellos suelen ver u

oir) con actitud crítica. Conviene que la recepción esté lo más cerca posible a la sesión dinámica, lo ideal es que esté incluida pero esto resulta difícil, con las actuales posibilidades.

Aquí será muy útil el empleo de fichas-guías, que suplen en parte la ayuda del profesor, cuando la recepción es en sus casas, y puede servir para el diálogo con los padres de familia.

C) Etapa de evaluación del trabajo:

Resulta un poco difícil evaluar el proceso dinámico del grupo, pero con ayuda de algunas fichas de observación y evaluación, es posible comprobar el progreso que se da en los niños. Las mismas fichas guías si incluyen preguntas para que las conteste a medida que avanza el trabajo, pueden ser una buena forma de comprobar, quizá no tanto lo que sabe el niño como lo que éste hace.

Estas pautas resumidas resultan muy limitadas para lanzarse a una experiencia de este tipo. Y es cierto, en esto el educador tendrá que ser un poco autodidacta porque no puede olvidar que para realizar una educación sistemática del receptor, necesita tener un mínimo de conocimientos en relación con los Medios de Comunicación y otro tanto en relación con la Dinámica del grupo. Esto ya no es posible incluirlo en la extensión de este trabajo de síntesis.

LA ORIENTACION DEL RECEPTOR ADOLESCENTE

En este nivel conviene pensar en un enfoque que sin ser muy diferente al diseñado para el receptor infantil, sí se adecúe y lleve a profundizar en esta educación sistemática del receptor.

Tengamos en cuenta la edad de los educandos de 12 a 16 años. Dependerá también mucho si la orientación se realiza a través de cada año de estudios entonces la iniciación progresiva será más lenta y con menos actividades, mientras que si se toma un sólo momento en todo el ciclo de estudios, el Plan de Acción tendrá que ser más denso.

Dentro de las líneas generales señaladas ya al dar las pautas para la educación del receptor infantil, conviene tener muy en cuenta qué es lo que buscamos, que fundamentalmente es ofrecerle esta formación en la comunicación a través de la oportunidad de una reflexión dinámica, grupal, como dice muy claramente, Francisco Gutiérrez.

“Este clima escolar creado por el lenguaje total es la garantía de una reflexión personal que se traduce en una transformación personalizante. El lenguaje total lleva la reflexión por medio de la expresión de acción. El alumno a partir de

lo concreto —la realidad social de los M.C.S.— reflexiona sobre su propia existencia”. (2).

Se trata de llegar a una formación dialógica que conduzca al desarrollo de vivencias personales y en esta etapa de la juventud el grupo es un ambiente magnífico, además que hay también otro aspecto primordial que es la preparación para la vida adulta y la elección profesional.

La necesidad, dentro de la metodología a seguir, de tener una línea progresiva, debe darse no sólo en cuanto a la elección de los M.C.S. que se empleen, desde los más sencillos a los más complejos, sino también en cuanto a las técnicas de dinámica grupal. Si los alumnos ya están acostumbrados a una metodología activa en sus estudios, será más fácil el trabajo en grupo, en cambio si esto no sucede con vendrá tener una motivación previa con sugerencias prácticas.

A este nivel es posible aplicar las tres etapas del proceso de comunicación dinámica:

- 1) Percepción;
- 2) Decodificación;
- 3) Creación.

Teniendo en cuenta también que son sujetos con una experiencia mayor en el uso de los medios de comunicación, no será necesario detenerse tanto en la **primera etapa: Aprender a percibir**. Sin embargo es momento oportuno para irles iniciando en conceptos técnicos sencillos de este campo, así como los efectos propios de cada medio de comunicación.

De esta forma se puede pasar pronto a la **segunda etapa: Decodificación del mensaje**, en la que conviene cuidar mucho el que llegue a superarse un nivel más de impacto o sentimental, para profundizar en una actitud crítica, decodificación grupal y sobre todo internalización de conceptos y valores.

En cuanto a la selección de los medios de comunicación y las técnicas de Dinámica, habrá de tenerse en cuenta lo que señalado anteriormente, depende de cuál es el uso de los mismos por los receptores alumnos, así como las posibilidades de empleo que se tengan. Y en cuanto a las técnicas grupales, son efectivas: el Philips 6—6; el Método de casos; Dramatización; Debate por equipos, diálogo por parejas y Plenarios.

La Tercera Etapa: Creación grupal, suele ser la más rica en po-

(2) Gutiérrez, F. “El Lenguaje Total” en el proceso de la educación liberadora. Publi. del CIEC. Bogotá, 1971. Pág. 99.

sibilidades y sorpresas, y viene a ser consecuencia de las dos anteriores si éstas han sido efectivas. Es el momento en que los receptores críticos pasan a ser emisores de sus propios mensajes. Se pueden señalar como pasos dentro de este momento:

- 1) Actitud de análisis creativo donde en grupo se analizan las posibles soluciones.
- 2) Planificación grupal: para este punto es conveniente que el educador tenga preparado algún esbozo de de posibilidades para poder orientar al grupo. Como ejemplo indico algunas:
 - a) Darles pautas directrices generales a través de una ficha guía que puede ser elaborada en grupo.
 - b) Fomentar la “lluvia de ideas”, sugerir la exploración del ambiente, bibliografía adecuada, etc.
 - c) De acuerdo con cada equipo, conviene establecer un cronograma de trabajo y un esquema de confección del trabajo. (Por ejemplo en el caso de la elaboración de un micro-programa).
- 3) La realización del proyecto, en la que hay que dejar amplia libertad a los participantes ya que cuando se da un sentido nosístico en un grupo las posibilidades de realización son enormes.
- 4) Auto-evaluación: es posible llegar a esta etapa si el grupo es suficiente maduro en su proceso de integración, pero aún cuando no surja espontáneamente conviene que el orientador incentive y lleve al grupo a esta actitud-crítica personay y grupal.

EL TRABAJO CON EL RECEPTOR ADULTO

En este nivel conviene tener en cuenta que muchas veces la acción será fuera de un contexto escolarizado, con lo que la sistematización habrá que adecuarle mucho más al momento y conveniencia del grupo adulto. Habrá casos en que se puede realizar una mayor sistematización, pero normalmente esta orientación tendrá que limitarse a una acción de motivación para llegar a un análisis crítico, pudiendo alcanzar una acción comunitaria, los grupos que realmente hayan madurado como tales.

Basándose en los resultados prácticos de la experiencia en este nivel, más que señalar las pautas de un Plan sistemático de acción, indicaremos las posibilidades de aplicación de una técnica: el Audio-forum, más conocido como Disco-forum o Rario-forum. Este recurso dinámico que llevará a una auto-reflexión grupal como principal obje-

tivo, requiere para su aplicación de una motivación o material grabado adecuado y de un ambiente para la actividad grupal. Por otro lado no conviene olvidar que el promotor y orientador actúa no como líder del grupo sino como agente de orientación y motivación. Para sintetizar este recurso en unas directrices concretas incluyo un pequeño guión de cómo organizar un Disco-forum:

COMO ORGANIZAR UN DISCO-FORUM

Objetivo fundamental:

Pensar y actuar en grupo a través de un intercambio de ideas concretas empleando un medio de comunicación.

Objetivos específicos:

Los que señale el grupo y el animador.

Condiciones previas:

- :: Disponer de un buen material grabado, con un tema que pueda ser del interés del grupo.
- :: Un grupo de personas con intereses afines, si se proponen algún objetivo concreto, mejor.
- :: El número conveniente para el grupo de discusión: de 7 a 11 personas. (No conviene pasar de este número, preferible hacer sub-grupos).
- :: Tener un lugar adecuado para trabajar en círculo.
- :: Un moderador o coordinador responsable de la sesión, puede rotarse entre los participantes.

Fases de una Sesión:

- 1) **Presentación** del material de trabajo por el animador, sin adelantar soluciones.
- 2) **Audición:** el argumento no debe conocerlo el grupo, solamente el animador. El factor sorpresa es fundamental.
- 3) **Debate:** Es lo más importante del Disco-forum. Comienza una vez que termine la audición.
 - No importa que al principio haya silencios, el grupo debe aprender a reflexionar antes de exponer sus ideas.
 - El animador puede tener preparadas con anterioridad al-

gunas preguntas para animar el debate, pero evitando influir en las opiniones de los otros miembros.

- Hay que evitar que las investigaciones sean teóricas y fuera de la realidad, conviene fijarse en experiencias concretas.
- Es recomendable emplear los últimos minutos de la sesión para evaluar el trabajo y recoger las sugerencias de los participantes para futuras reuniones.
- Un buen índice de los efectos positivos del Disco-forum sobre el grupo es que se llegue con el tiempo a concretar en acciones de grupo dentro de su ambiente.

Algunas sugerencias prácticas para el animador:

- :: Conocer y haber estudiado el tema seleccionado.
- :: Tener preparada alguna bibliografía y material complementario para resolver las dudas. Pensar algunas preguntas para cuando se ve que el grupo está pasivo.
- :: Es importante que durante el debate, no se intervenga con opiniones propias, más bien ayudando a que todos expresen sus ideas y a que se respete el modo de pensar de todos. **EL SABER ESCUCHAR Y QUE EL GRUPO APRENDA HACERLO, ES FUNDAMENTAL.**
- :: Trate de centrar la discusión en lo esencial, evitando repeticiones o que se derive a otros asuntos.
- :: Conviene conocer un mínimo de técnicas de dinámica de grupo para poder ayudar con cierta profundidad a la buena marcha del debate.

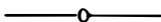
Completando esta síntesis, algunas -observaciones en relación con el material grabado que se puede emplear, se debe buscar el que sea motivador, que problematice al grupo, en un sentido positivo se entiende.

El caso de las grabaciones empleadas en la Experimentación I, la serie radio-teatral "Jurado N^o 13" es otro ejemplo de un material comercial que desenvolviéndose en el esquema de un radio-teatro, busca sin embargo objetivos más profundos.

En cuanto a la dosificación del material que se emplea, lo mismo que la duración de las sesiones, es preferible dejarlos con "apetito" que cansados por la abundancia de la información recibida. Esto puede bloquear al grupo y predisponerlo en contra del uso de esta técnica.

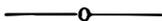
ca. Según sea la duración de la audición (unos 15 a 20 minutos parece lo más conveniente) será el tiempo dedicado al debate; una hora larga en total: audición y debate, parece eficaz; en menos de una hora es difícil llegar a algo concreto, como sacar conclusiones; y más de una hora y media cansa al grupo.

Termino recordando una vez más que tanto el Disco-forum con las técnicas indicadas en los otros niveles de receptores, no pretenden ser las únicas ni las mejores soluciones para lograr ese nuevo receptor, ese hombre nuevo que estamos necesitando en nuestra sociedad de hoy. Pero la solución presentada busca y sabe que para llegar a ser una pedagogía eficaz, se exige la formación de un NOSOTROS, de una comunidad en la que cada miembro exprese su propia personalidad y al mismo tiempo se mantenga vulnerable a la personalidad del grupo, una Comunidad capaz de acreditar en cada miembro y como grupo una opción liberadora, y ésta ha querido ser el objetivo fundamental de esta experiencia dinámica.



APENDICE DOCUMENTAL:

- I. FICHA GUIA PARA EL FORUM CON NIÑS
- II. (a) FICHA GUIA PARA UN TV-FORUM CON ADOLESCENTES
- II. (b) MODELO DE MICRO-PROGRAMA ELABORADO POR UN EQUIPO DE ADOLESCENTES
- II. (c) MODELO DE MICRO-PROGRAMA ELABORADO POR UN UN EQUIPO DE ADOLESCENTES
- III. FECHA DE REFLEXION PARA PADRES DE FAMILIA.
- IV. FICHA GUIA PARA EL DISCO-FORUM CON ADULTOS.



FICHA GUIA PARA EL FORUM CON NIÑOS

(Lee esta ficha despacio y con atención antes de ver el Programa de TV)

Te acordarás que en las vacaciones pasadas tuviste una ficha donde se indicaba qué convenía tener en cuenta para ver televisión en general. Ahora vamos a fijarnos en lo que hay que tener en cuenta para ver un programa concreto.

CUANDO VEAS UN PROGRAMA DE TV PUEDES FIJARTE EN:

- 1) **Los aspectos técnicos:** es decir la forma en que está hecho el programa, por ejemplo:
 - a) Si hay música o canciones; la música también nos dice algo, puede ser alegre o triste, acompaña a lo que pasa en el programa.
 - b) El argumento: es decir lo que sucede en ese programa de televisión.
 - c) Los personajes: son las personas que actúan en el programa; se les llama protagonistas a los que tienen el papel principal, es decir el que actúa más tiempo.
 - d) El diálogo: lo que dicen los personajes entre ellos.
- 2) **El contenido o mensaje:** Es lo que te dice el programa. A veces te contará cosas fantásticas que nunca han sucedido, otras veces te enseñará algo que tú no sabías que era así. Cosas que han pasado o pueden suceder, tristes o alegres, buenas o malas, etc.

Es importante no sólo fijarse en lo que hacen los personajes sino también pensar por qué hacen o dicen eso.

- 3) Cuando no entiendas lo que dice el programa, puedes preguntarlo a tus papás o a tu profesora.
- 4) No todo lo que se ve en TV, es bueno para tí, tienes que ir aprendiendo a pensar qué es lo que está bien y qué es lo que está mal, muchas veces aparecen hechos fantásticos que no suceden en la realidad.
- 5) También hay que saber elegir los programas pues en TV, unos programas son para niños y otros para personas mayores, recuerda que los programas mejores para tí, son aquellos que te hablan de cosas que les interesan a los niños de tu edad.
- 6) La TV sirve también para aprender cosas nuevas, conocer lo que sucede en otros sitios, como piensan otras personas. Procura buscar siempre los programas que te enseñen algo que después te va a servir en tu vida de cada día.

FICHÁ GUIA PARA UN TV-FORUM CON ADOLESCENTES

Una vez elegido el Programa de TV sobre el que vamos a tener el forum, conviene que tengas en cuenta los aspectos que después analizaremos en grupo.

- 1) ARGUMENTO O TEMA CENTRAL: conviene que sepas resumirlo. Sabes lo que se un resumen o una síntesis?
- 2) FORMA: Se refiere a los aspectos técnicos del Programa:
 - Duración, línea de desarrollo.
 - Actuación de los personajes.
 - Ambientación: escenografía, fondo musical.
 - Tipo de programas: en vivo; video tape, largo metraje; serie (de aventuras, policial, de terror).
 - Banda sonora: la música y otros sonidos empleados.
- 3) FONDO: Generalmente lo que más nos impacta de momento suele ser los hechos que vemos, un suceso que destaca, o un personaje determinado; pero en el campo de los Medios de Comunicación se da a través de esa forma externa, un mensaje oculto y que actúa muchas veces en forma inconsciente sobre nosotros. Se trata de ir descubriendo ese contenido, fondo del programa o mensaje, para ello te puede ayudar el tener en cuenta:
 - Cuál es el problema o planteamiento del tema que vemos.
 - Contenido ideológico: positivo, negativo, indiferente.
 - Finalidad del programa.
 - Importancia de la forma en la transmisión del mensaje. Otros aspectos de detalle.
- 4) PLANTEAMIENTO PARA EL FORUM: ANTE ESTE PROGRAMA CONCRETO CUAL CREEES QUE SERIA UNA AC-TITTUD ACTIVA, CREATIVA Y CRITICA DEL RECEPTOR?

MODELO DE MICRO-PROGRAMA ELABORADO POR UN EQUIPO DE ADOLESCENTES

TITULO: "¿Y TU JOVEN PIENSAS ASI?"
 TIPO: SERIE, Presentación de casos.
 PUBLICO: a los jóvenes

DURACION: 30
 minutos.

Material visual	T e x t o	Banda sonora	Tiempo
<p>Film: Una Colonia Hippie</p> <p>Escenas en una familia una chica y sus padres</p>	<p style="text-align: center;">"Y tú, joven, piensas así?"</p> <p>"Nuestro propósito es transmitir un mensaje a los jóvenes acerca de problemas que posiblemente pueden vivir. Caso de hoy: (diálogos de las personas que representan el caso, discusiones, incomprensión de los padres, la chica se va a: una colonia hippie".</p>	<p>Música de intriga</p> <p>No hay música</p>	<p style="text-align: right;">30"</p> <p style="text-align: right;">7'</p>
<p>Una chica drogada</p> <p>Escenas que corresponden al argumento presentado</p>	<p>(Desarrollo: Susana se inicia en las drogas, busca un medio de evadirse de la realidad. Después de un tiempo se da cuenta que esa vida no le llena. decide volver con sus padres, allí se da cuenta que si hubiera reflexionado con un poco de buena voluntad, se hubiera evitado la huida).</p>	<p>Música: Canción: "Dios..."</p> <p>(de fondo musical).</p>	<p style="text-align: right;">22'</p>
<p>La presentadora (una chica)</p>	<p>"Si algún día te encuentras en una situación como la de Susana de incomprensión, analiza si tú no tienes también algo de culpa y piensa cómo remediarías la situación sin huir como ella".</p>	<p>Música muy suave</p>	<p style="text-align: right;">30"</p>

MODELO DE MICRO-PROGRAMA ELABORADO POR UN EQUIPO DE ADOLESCENTES

TITULO: "ELIGE TU"

DURACION: 20 minutos.

TIPO DE PROGRAMA: Serie continuada, cultural; en cada capítulo un tema diferente.

PUBLICICO: A los jóvenes

Material visual	T e x t o	Banda sonora	Tiempo
Cartón (título "ELIGE TU" Gente trabajando (Film) Varios estudiantes	(Presentación) Tema de hoy: ARQUEOLOGO Reportaje a un estudiante — Campo de la profesión (Preguntas	(Canción alusiva) "Elige tú" Música de que- nas como fon- do.	1.30" 4 minutos
Un arqueólogo	— Aptitudes personales y posibilida- des de estudio en el país.	idem	intermedio 2 minutos 4 minutos
(Entre las preguntas hay un intermedio en que aparecen arqueólogos trabajando entre ruinas)	— Posibilidades de trabajo, perfec- cionamiento y utilidad para el país.	idem	8 minutos
Película del principio	Cierre	Canción: Elige...	1.30"

FICHA DE REFLEXION PARA PADRES DE FAMILIA

COMO ENTRA EL MUNDO EN MI CASA?

ALGUNAS SUGERENCIAS SOBRE LA TV Y LOS NIÑOS

- 1) Estadísticas de diferentes países nos dicen que los niños de 6 a 16 años, por término medio pasan ante la Televisión de 12 a 24 horas semanales.

En nuestro medio se ha podido comprobar a través de algunas encuestas que hay niños de 8 a 11 años que pasan ante la TV, con frecuencia, desde las 3 de la tarde que regresan del colegio hasta las 10 y 11 de la noche, con muy pocos intervalos de descanso.

2) INFLUENCIA DE LA TELEVISION SOBRE LA FISIOLOGIA DEL NIÑO

La UNDA/AL en un código de TV para educadores, da algunas medidas preventivas a tener en cuenta:

- a) Mantener una distancia prudente entre el niño y el televisor, ni muy cerca ni muy lejos.
- b) El aparato no conviene que esté demasiado alto en relación con los niños. Tampoco es bueno oscurecer totalmente la habitación.
- c) El niño debe estar correctamente sentado, y cómodamente, que no adopte posturas deformantes.
- d) Los programas de TV que el niño ve inmediatamente antes de acostarse pueden influir en su sueño diario.

3) INFLUENCIA PSICO-MORAL DE LA TV SOBRE EL NIÑO:

La influencia de la TV alcanza el mayor grado, cuando los mismo valores y temas se repiten en una serie de programas.

La eficacia depende mucho de la fuerza dramática con que los valores se presenten.

Tanto más influyen estos temas y valores cuanto más relación tengan con los intereses y las necesidades del niño.

El correctivo más eficaz y más importante de los errores ofrecidos por la TV, está en el ambiente familiar. El sistema de valores transmitido por la familia es el principal res-

ponsable para que el niño acepte o rechace un programa de TV.

4) **COMO PADRES DE FAMILIA Y EDUCADORES
PREGUNTEMONOS:**

Conversamos con los hijos sobre lo que ven en la Televisión?

Cuando se trata de elegir un programa vemos con ellos por qué motivo conviene elegir ese programa o no?

El tiempo que ellos ven TV está regulado de común acuerdo o más bien, no hay control o tal vez el control se establezca sin explicar los motivos?

(Documento entregado a los Padres de Familia del Grupo Piloto. to. Nivel Niños).

FICHA GUIA PARA EL DISCO-FORUM CON ADULTOS

“JURADO Nº 13”

Usted también, forma parte del Jurado, por tanto como tiene que dar su veredicto, le pedimos que seleccione para el debate, alguno de estos puntos:

- 1) El problema central a los problemas fundamentales; aspectos más importantes.
- 2) Causas que pueden haber generado el conflicto.
- 3) Quién es el juez y por qué?
- 4) Conoce Ud. alguna situación semejante? (No es necesario que se dé en el mismo nivel social o sea el mismo problema, pero sí que haya sucedido.
- 5) Si su equipo lo considera interesante, sugerimos que se discuta el problema que Ud. conoce.

Recuerde que es básico no sólo discutir el problema sino también conocer sus causas, consecuencias y cabría buscar alguna solución, no le parece?

NOTA: No es necesario seguir este orden en el forum, si considera más práctico y efectivo otro camino, propóngalo al grupo.

DEFINICIONES OPERACIONALES

- **CONSIDERACION POSITIVA INCONDICIONAL:** Esta noción engloba los sentimientos y actitudes de acogida, simpatía, respeto y comprensión de la situación y modo de ser del otro o de las otras personas con las que uno se comunica.
- **ATMOSFERA GRUPAL:** Es la disposición de ánimo, tono o sentimiento que está más difundido en el grupo.
- **SENTIMIENTO NOSISTICO:** O sentimiento de identidad, comprende un cierto vínculo común en un grupo, una conciencia de estar unidos de alguna manera. Se hace referencia a esta fuerza de términos de solidaridad, moral de grupo, el “nosotros”.
- **COMPRESION EMPATICA:** Es la aprehensión de aspectos tanto cognoscitivos como emocionales de la experiencia de los demás, participación de la experiencia del otro.
- **ESTADO DE ACUERDO INTERNO:** La noción de “acuerdo” puede expresarse en términos de: integración, autenticidad o armonía del yo. Llega a convertirse en un estado de acuerdo interno cuando se da como situación constante o continuada en el sujeto.
- **ESQUEMAS DE COMUNICACION:** La comunicación hay que pensarla como un proceso mediante el cual transmitimos ideas, sentimientos o actitudes a otros.
- **GRUPO:** Un conjunto de personas se convierte en grupo desde el momento en que surgen una serie de lazos entre ellos, dándoles unidad en su estar en conjunto.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA PARA EL TRABAJO

- ADISESHIAH, Malcolm: “Las perspectivas de la Educación Permanente. Crónica de la UNESCO. Vol. Nº 2, Febrero 1969.
- ANZIEU, Didier; MARTIN, Jacques-Ives...
“La Dinámica de los grupos pequeños”; Edit. Kapelusz, Buenos Aires, 1971, 238 pp.
- BALDELLI, Pío...
“Comunicación Audiovisual y Educación; Edic. de la Biblioteca, Caracas 1970; 278 pp.
- BANG Y JOHNSON, ...
“Dinámica del Grupo Escolar”. Edit. Aguilar, Madrid 1966.
- BERLO, David ...
“El Proceso de la Comunicación” Introducción de la Teoría y a la práctica. Edit. Ateneo, Buenos Aires 1971.
- BION, W. R.
“Experiencias en Grupos” Edit. Paidós, Buenos Aires, 1972; 155 pp.
- BELLAUDE, José ...
“Enseñanza Audiovisual y Comunicación” Librería del Colegio, Buenos Aires, 1968.
- CARTWRIGHT, Dorwin; ZANDER, Alvin ...
“Dinámica de Grupos” Investigación y Teoría. Edit. Trillas, México, 1971. 488 pp.
- CHAUCHARD, Paul ...
“El Cerebro y la mano creadora”; Narcea Edic. Madrid, 1972.
- FREIRE, Apulo ...
“La Educación como práctica de la libertad” Edit. Tierra Nueva; Montevideo, 1968; 179 pp.
- FREIRE, Paulo ...
“Pedagogía del Oprimido”; Edit. Biblioteca Nueva, Barcelona. 181 pp.
- GERACE, Frank ...
“Comunicación Horizontal” Studium, Edit. Universo, 1973.
- GIBB, Jack R...
“Manual de Dinámica de Grupo”; Edit. Humanistas, Buenos Aires; 1971, 203 pp.

- GORDON, Georges ...
"Televisión Educativa"; México Manuales Uteha, 1966.
- GUTIERREZ, Francisco ...
"El Lenguaje Total"; en el proceso de la educación liberadora. Public, del CIEC, Bogotá 1971; 134 pp.
- HAYMAN, John ...
"Investigación y Educación" Edit. Paidos, Buenos Aires, 1969.
- HURTADO GONZALES, Moisés ...
"Glosario de Términos Audiovisuales"; México 1969.
- KIEFFER, Robert E. de ...
"Enseñanza Audiovisual"; Edic. Troquel. Buenos Aires, 1969.
- LENFRANC, Robert... y Colaboradores.
"Las Técnicas audiovisuales al servicio de la enseñanza" Edit. El Ateneo, Buenos Aires, 1969.
- LENGFRAND, Paul ...
"La Educación Permanente". Simposio sobre Educación Permanente. Caracas, 1965.
- MAILHIOT, Bernard.
"Dinámica y Génesis de Grupos"; Edit. Marova, Madrid, 1971 184 pp.
- MAILLO, Adolfo ...
"Educación de Adultos. Educación Permanente"; Edit. Esc. Esp. Madrid, 1969, 244 pp.
- McQUAIL, Denis ...
"Sociología de los Medios Masivos de Comunicación"; Edit. Paidos, Buenos Aires, 1972.
- MUCCHIELLI, Roger ...
"La Dinámica de los Grupos"; Ibérico soropea de Edic. 1971 Madrid, 291 pp.
- NORBIS, G ...
"Didáctica y Estructura de los Medios Audiovisuales"; Edit. Kapelusz. Buenos Aires, 1971; 271 pp.
- ROGERS, Carl ... y KINGET, Mary ...
"Psicoterapia y Relaciones Humanas"; Dos Vol. Madrid, 1969.
- TARROBI, Evelina ...
"Los niños, la Radio y la Televisión"; Eic. Studium; Madrid 1962.

- TITONE, Renzo ...
"Metodología Didáctica"; Edit. Rialp, Madrid, 1966, 366 pp.
- VELA, Jesús Andrés.
"Dinámica psicológica y eclesial de los grupos apostólicos" Edit. Guadalupe; Buenos Aires, 1970, 420 pp.

OTRAS PUBLICACIONES:

- ANTA, Leonor ...
"El Mundo nuevo de la Comunicación: McLuhan". Rev. "Crítica" Madrid, Feb. 1972.
- BARTRA GROSS, Francisca María.
"El Impacto de la Motivación"; Experiencias sobre Disco-forum. Boletín Radiodienst UNA/AL. Diciembre 1972, N° 40. Montevideo pp. 12, 18.
- BARTRA GROS, Francisca María.
"La Dinámica de Grupos y el Disco-forum"; VI Seminario Latinoamericano para directivos de Teleducación. Doc. I.S.I.; Lima, 1972, pp. 262, 269.
- DONAMCOS.
"Encuesta sobre las 34 Radiodifusoras de la Gran Lima"; Lima Marzo, 1970. (Texto mimeografiado) Archivo de la Of. de Rd. y TV.
- DECOS — CELAM
"Documentos del II encuentro Regional del DECOS"; Buenos Aires, Marzo 1972. Arch.
- DIAZ BORDENAVE, Juan ...
"Qué es la Investigación en Comunicación"; Materiales de Enseñanza en Comunicación, N° 15 Julio, 1965. Inst. Inter. Americano de la OEA. Lima.
- GUTIERREZ, Francisco ...
"Elementos del Proceso de la Comunicación"; III Curso Latinoamericano para profesores de Teleducación. Doc. I.S.I. Lima, Oct. — Dic. 1971.
- HALL, D. M.
"Cómo Obtener Participación"; Separata de su libro "Dinámica de la Acción de Grupo". Doc. de I.N.I.P.M. CEPRE II, 1971.
- GUEVARA, Pablo ...
"El Guión de Televisión Educativa"; Ponencia en el Primer Seminario Nacional de Teleducación para guionistas de Cine, Radio y TV. CITE—PUC. Lima Agosto, 1973.

- LEY GENERAL DE TELECOMUNICACIONES
Decreto ley 19020, 1971. Decreto Supremo N° 06—ED/72. Lima 11—V—72.
- LEY GENERAL DE EDUCACION PERUANA.
Decreto Ley 19326.
- LOPEZ VIGIL, Ignacio ...
“El Disco-forum un recurso nuevo al servicio de la Educación Popular”; Boletín Radiodienst UNDA/AL N° 36 Julio, 1972.
- B.U.C.
Investigación en los Medios de Comunicación Colectiva. Escuela de Periodismo de la PUC., Lima 1969; 130 pp.
- RIVAS MENDO, César ...
“Dinámica Grupal con niños”, Doc. CEPRE II—1971, Lima, I.N. I.P.M.
- RODRIGUEZ RIVAS, Miguel ...
“Introducción a los Medios de Investigación Social”; PUC. Instituto de Investigaciones Educativas. Lima, 1970.
- SILVA, Marcos ...
“Dinámica del Grupo Escolar”; Doc. CEPRE II, 1971, Lima I.N.I.P.M.
- UNDA/AL
“Código para los Educadores de TV.” Friburgo, Marzo, 1958. Pub. de “Noticias de TVE” Madrid Nov. 1966.
- UNESCO — OEA.
Seminario sobre Educación Permanente. Doc. Junio, 1970. Archivo de Of. de Radio y TV. CONAMCOS. Lima.
- VAZQUEZ, Alberto ...
“Experiencias sobre Disco-forum con “Jurado N° 13”. Aplicado a grupos de muchachos guías en Uruguay. Boletín Radiodienst. UNDA/AL. Agosto, 1972.
- — — — —
Instrucción Pastoral; “Comunicación y Progreso” Sobre los medios de Comunicación Social. Tipo. Polígota Vat. 1969.
- — — — —
Diálogo Ecuménico. Decreto sobre el Ecumenismo. (21—XI—64) Doc. Archi. Of. de Radio y TV. CONAMCOS.

- — — —
 “Pedagogía del Lenguaje Total” (Vocabulario) Edic. Paulinas; Bogotá 1972, 70 pp.
- — — —
 “El Lenguaje Total”; El Nuevo Lenguaje de la Educación. Rev. “Educación hoy” (Colombia) Año I, N° 2 Marzo — Abril.
- — — —
 Documentos sobre el Seminario Latinoamericano de Didáctica de los Medios Audiovisuales. Rev. “Educadores” Buenos Aires Set. —Oct. 1972.
- Varios
 Manual de Comunicaciones. Edit. Albatros; Buenos Aires 1970.
- Varios
 “La Iglesia y los Mass Media” Edic. Paulina, Bogotá 1971.
- “La Realidad Teleducativa (Radio y TV. en Lima y Callao) Trabajo en equipo. Tesis de alumnos de la Escuela de Formación Magisterial de la PUC. Lima.
- PANDO, Edgardo ..
 Ponencia sobre Televisión. Lima, 1972. Arch. CONAMCOS.
- “Carta de un Jurado N° 13” Boletín Radiodienst UNDA/AL N° 49. Enero, 1974.
- Cartas a Radio Sta. María. Boletín Radiodienst. UNDA/AL N° 48. Noviembre, 1973.
- “Investigación en equipo sobre el uso del tiempo libre en el Niño” Tesis en equipo de alumnos de la Escuela de Formación Magisterial. PUC. Lima, 1966.

