

Marta Orsini
Cochabamba (Bolivia)

Educación y comunicación, una experiencia en la educación formal

Education and communication: an experience in the formal education

Los contenidos violentos y pornográficos que aparecen en los medios de comunicación ejercen una influencia negativa sobre niños y jóvenes. Esta influencia, según la autora del artículo, se debe a una invasión cultural que se propaga con las nuevas tecnologías y que tiene como consecuencia el fin de la capacidad crítica y la creatividad. Para evitarlo, se ha realizado en la ciudad de Cochabamba un proyecto de formación de profesores que intentará educar a jóvenes y adultos. Este proyecto se ha realizado en tres etapas: en primer lugar se realizaron talleres para formar al profesorado; en una segunda fase se atendió a los niños que acuden a locales de juegos electrónicos; por último, se ayudó a los profesores para que incluyeran los medios de comunicación en sus enseñanzas. La finalidad de todo el programa es educar en el ejercicio de la ciudadanía, en la cultura para la paz y en los derechos humanos.

The violent and pornographic contents that appear in the mass media exercise a negative influence on children and young men(women). This influence, according to the authoress of this paper, owes to a cultural invasion that propagates with the new technologies and that takes as a consequence the end(purpose) of the critical capacity and the creativity. To avoid it, it has been realized in Cochabamba's city a project of teachers' formation that will try to educate young men(women) and adults. This project has been realized in three stages: First workshops were realized to form to the professorship; in the second phase the children who come to electronic games places were attended; finally, teachers were helped in order that they would include the mass media in their education. The purpose of the whole program is to educate in the exercise of the citizenship, in the culture for the peace and in the human rights.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

Violencia, influencia mediática, análisis crítico, talleres, formación del profesorado, ciudadanía.

Violence, media influence, critical research, workshop; teacher training, citizenship.

La influencia de los medios de comunicación en los países de Latinoamérica es cada vez mayor. Los adelantos tec-

nológicos del mundo de las comunicaciones llegan a nuestros pueblos de manera simultánea al que se da en los países desarrollados, por el fenómeno de la «globalización».

En este mundo globalizado en el que se impone formas de vida, costumbres, valores, lenguaje, moda

Marta Orsini es la responsable del Proyecto «Educación y Comunicación» de Cochabamba (Bolivia) (morsus@supernet.com.bo).

de modo unidireccional, vertical y asimétrico desde el Norte, se nos introyecta la convicción de que para salir de nuestro atraso, y ser como ellos, debemos imitar sus formas culturales, al extremo de que si no imitamos, no sólo no tenemos, sino ni somos. Esta invasión cultural impuesta a través de los medios de comunicación pone en grave peligro nuestra identidad cultural, la conservación de nuestros ritos, costumbres, valores, etc.

Los medios de comunicación, no sólo nos ofrecen sus productos de consumo, sino que nos arrojan sus problemas, personales, sociales, su violencia y sexo. Los sectores más vulnerables a este impacto son, sobre todo, los niños y jóvenes, con serios riesgos de pérdida de identidad cultural, aumento de la violencia, droga, abuso del sexo, individualismo, materialismo, hedonismo, etc.

Los adultos no están preparados para dar una formación y orientación adecuadas a los tiempos actuales. Una gran mayoría son neófitos en el manejo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación y la brecha generacional se hace cada vez más profunda por el ritmo acelerado de los avances científico-tecnológicos.

En nuestras ciudades han proliferado los cibercafés, cuyos comensales son principalmente adolescentes y jóvenes que tan sólo por tres bolivianos la hora están consumiendo pornografía y violencia. Los adultos pensamos con mucha ingenuidad que frecuentan estos cafés para buscar información para sus deberes escolares, pero una gran cantidad de jóvenes lo hace con los fines anteriormente expuestos.

La carencia de actividades culturales y deportivas, sobre todo por falta de infraestructura, hace que las familias pasen muchas horas frente al televisor y se hagan consumidores pasivos de programas que transmiten, en muchos casos, antivalores, gran carga de violencia y de sexo. Se hace urgente un desarrollo constante de la conciencia crítica para que no sean absorbidos por la influencia de programas de la llamada «basura televisiva» de los «enlatados» que nos vienen, sobre todo de EEUU.

Uno de los temas más preocupantes es el de la violencia. Nuestra sociedad se torna cada vez más intolerante y agresiva: atracos, violaciones, incremento de pandillas callejeras.

Muchas son las causas que la provocan, pero sin duda que los medios, sobre todo la televisión y la prensa «amarillista» contribuyen a este incremento. Otro de los temas preocupantes es el uso que se hace de la mujer en los medios de comunicación. La mujer sólo es noticia cuando es violada, golpeada. En la

prensa escrita no es protagonista de la noticia. En la radio se habla de ella para darle consejos culinarios y domésticos. En la televisión es el adorno de los programas: la que pasa las fichas, entrega los premios luciendo su figura; en la publicidad su cuerpo es usado como «gancho publicitario». La pornografía explota más a la mujer que al varón.

Las propias mujeres aceptan pasivamente el tratamiento que se hace de ellas en los medios de comunicación o no alcanza a darse cuenta que este tratamiento es denigrante porque no se toman en cuenta sus valores intelectuales, psicológicos, morales, sino solamente los físicos con el objetivo mezquino de vender más.

Los maestros/as no están capacitados en el manejo de los adelantos tecnológicos de las comunicaciones y para utilizar los conocimientos e información que llevan los niños y jóvenes al aula de los medios de comunicación, dándose de esta manera, una escuela paralela. No hay una clara conciencia de quiénes son los facilitadores del proceso de aprendizaje y que su papel es ayudar a los alumnos/as a sistematizar los conocimientos, a procesar las impresiones, vivencias, emociones que les dan los medios.

Tampoco utilizan los medios de comunicación como recursos didácticos, y si los usan es como comodín o relleno, o para hacer más amena la clase y no como instrumentos que lleven a un mejor conocimiento y comprensión de la realidad.

Estas percepciones llevaron a proyectar un trabajo de formación de profesores en la ciudad de Cochabamba para entrenarlos en el manejo crítico y creativo de los medios de comunicación.

1. Objetivos

El objetivo institucional es contribuir al desarrollo de la capacidad comunicacional, criticidad y creatividad de niños, jóvenes y adultos para que sean agentes de cambio en la sociedad.

Como objetivos del proyecto, destacan:

- Desarrollar la capacidad comunicativa de los niños, jóvenes y adultos para que sean capaces de expresar sus propios pensamientos y sentimientos y vaya disminuyendo la capacidad imitativa a la que han sido entrenados por la escuela y la sociedad.

- Contribuir a que los receptores pasivos se conviertan en perceptores críticos de los mensajes comunicacionales para que sepan analizar, discernir y descubrir las intenciones, muchas veces ocultas de los centros de poder de la información.

- Incentivar la creatividad para la elaboración de mensajes alternativos propios desde su cultura y sus necesidades.

- Motivar y entrenar a los docentes a que partan de la información y conocimientos que traen los estudiantes de la prensa, radio y televisión y les ayuden a sistematizarlos a fin de que el proceso de enseñanza-aprendizaje sea más contextualizado y dé respuestas concretas a las necesidades y problemas de nuestro mundo actual en sus dimensiones: mundial, nacional y local.

- Lograr que los docentes utilicen como recursos didácticos en el aula en las diferentes asignaturas, la prensa, radio y televisión y en lo posible las nuevas tecnologías.

2. Algo de historia

Lo anteriormente expuesto llevó a concebir un proyecto, que respondiera a cuestionamientos, inquietudes y retos que nos plantea la sociedad actual. Desde la Comisión Arzobispal de Comunicación de Cochabamba se convocó a directores de colegios secundarios para explicarles el plan y el programa a seguir.

En principio fueron doce los colegios interesados. Con ellos se planificó el primer curso-taller para los profesores interesados en recibir formación sobre los medios masivos de comunicación, desde una perspectiva educativa y entrenarse en el uso de varias técnicas de análisis de los mensajes de prensa, radio y televisión y su uso en el aula.

El curso-taller se realizó en enero de 1995 con la participación de 25 profesores/as que asimilaron los objetivos del proyecto y pusieron en marcha el programa en los doce colegios, en el nivel secundario. Los profesores que participaron en principio eran de las asignaturas de lenguaje, literatura, estudios sociales, filosofía, psicología y religión. El proyecto educativo ha pasado por tres etapas:

2.1. Primera etapa

Es la de inicio del proyecto, en las que los profesores/as, después de un curso intensivo de entrenamiento, aplicaron el plan que contemplaba dos horas semanales de la materia de comunicación para cada uno de los cuatro cursos del nivel medio o secundario. Los colegios participantes en esta primera etapa fueron tres fiscales o estatales, seis fiscales por conve-

nio con la Iglesia Católica y tres particulares o privados.

El proyecto estaba dirigido, principalmente a los profesores/as, y mediante ellos a adolescentes, mujeres y varones del ciclo medio de los colegios integrados al proyecto y a padres de familia. Las actividades más destacadas fueron:

- Contactos con autoridades educativas distritales, de Fe y Alegría y de colegios por convenio entre el Ministerio de Educación y la Iglesia Católica.
- Cursos-talleres a lo largo del año sobre:
 - Influencia de los medios de comunicación.
 - El poder de las multinacionales de la información.

En este mundo globalizado en el que se impone formas de vida, costumbres, valores, lenguaje, moda de modo unidireccional, vertical y asimétrico desde el Norte, se nos introyecta la convicción de que para salir de nuestro atraso, y ser como ellos, debemos imitar sus formas culturales, al extremo de que si no imitamos, no sólo no tenemos, sino ni somos. Esta invasión cultural impuesta a través de los medios de comunicación pone en grave peligro nuestra identidad cultural, la conservación de nuestros ritos, costumbres, valores, etc.

- Formación de la criticidad para una lectura objetiva y correcta de los medios.
- Educación para los medios.
- Uso del periódico en el aula como fuente de conocimiento e información de la realidad en cualquier asignatura.
- Técnicas para el uso del periódico en el aula.
- Diseño y diagramación de impresos.
- Historietas y periódicos murales como recursos didácticos.
- Técnicas de análisis de programas televisivos: películas, telenovelas, dibujos animados, videoclip musicales, publicidad, etc. y su uso didáctico.
- La radio en el aula: análisis de diferentes géneros y formatos radiales.
- Elaboración y grabación de formatos radiales.
- Internet en el aula.
- Reuniones mensuales con los profesores/as del proyecto para intercambiar experiencias y evaluar su trabajo.

- Acompañamiento y seguimiento del trabajo que realizan los profesores/as en sus aulas y registro de lo observado mediante hojas de evaluación.

- Charlas a padres de familia sobre la influencia de los medios, sobre todo de la televisión en los niños y jóvenes, y formación de la criticidad.

En esta primera etapa se realizaron concursos y ferias en cada colegio sobre el uso de los medios y una feria/exposición en la plazuela Colón con la participación de los alumnos/as de los colegios del proyecto en la que los alumnos/as expusieron los trabajos realizados durante el año e hicieron intervenir al público, de forma muy creativa, en el análisis crítico de los medios, a través de entrevistas, juegos, proyecciones, etc. Estuvieron presentes y elogiaron el trabajo realizado

que emprendían los hijos/as con sus padres en sus hogares, además de las charlas que se dieran para padres de familia en los diferentes establecimientos educativos.

- Se fue creando un clima de buenas relaciones entre los profesores de los diferentes colegios integrantes del proyecto, que permitió el intercambio de experiencias y el enriquecimiento mutuo.

- La labor realizada fue conociéndose cada vez más, no sólo en Cochabamba, sino en otros departamentos y las peticiones de apoyo se hicieron constantes.

- El entusiasmo de los estudiantes por este estilo de trabajo y se iba percibiendo un aumento en la capacidad comunicativa, crítica y creativa.

También cabe destacar algunas dificultades, como falta de comprensión y apoyo de parte de algunos profesores de diferentes asignaturas por el estilo de trabajo de los profesores que daban la materia de comunicación, por falta de tiempo para realizar el trabajo en forma de talleres, paros y huelgas que interrumpieron el trabajo.

En un principio algunos padres de familia se quejaron porque se había aumentado una asignatura y les restaba

tiempo para dedicarse a las materias, que se acostumbra a llamar fundamentales.

- Falta de infraestructura y equipamiento adecuados para desarrollar la materia de comunicación, sobre todo en los colegios fiscales.

Los medios de comunicación, no sólo nos ofrecen sus productos de consumo, sino que nos arrojan sus problemas, personales, sociales, su violencia y sexo. Los sectores más vulnerables a este impacto son, sobre todo, los niños y jóvenes, con serios riesgos de pérdida de identidad cultural, aumento de la violencia droga, abuso del sexo, individualismo, materialismo, hedonismo, etc.

por los estudiantes, el Oficial Mayor de Cultura de la Alcaldía y autoridades educativas.

Se realizaron las siguientes publicaciones como «Conciencia crítica y medios de comunicación», cuatro textos para cada uno de los cursos del ciclo medio y una segunda edición en un sólo volumen.

Como los resultados eran positivos y los cursos se ampliaban a otros profesores/as, se fueron adhiriendo algunos otros colegios.

La metodología empleada llevó a la construcción de criterios básicos para el análisis de contenidos y formas de los medios y a la elaboración de mensajes alternativos. Las clases se desarrollaron en forma de talleres. Desde el proyecto se entrenó a los profesores para que ellos, a su vez, aplicasen esta metodología en sus aulas.

Entre los resultados obtenidos en esta primera etapa se pueden destacar: un mayor avance en el interés de los alumnos/as por la materia de comunicación, en el desarrollo de su criticidad y creatividad. Se incidió en los padres de familia a través del diálogo

2.2. Segunda etapa

Aunque el proyecto nació bajo la tutela de la Comisión Archidiecésana de Comunicación, siempre tuvo autonomía en la ejecución de las actividades y en la economía, en esta segunda etapa se independizó totalmente en 1997.

Después de una evaluación del proyecto y análisis de la situación, se comprendió que el sector más vulnerable a la influencia de los medios eran los niños, por lo que se decidió ampliar el trabajo a los profesores de primaria invitando a nuestros cursos-talleres a los profesores/as de este nivel. Gregorio Iriarte y Marta Orsini elaboraron una guía didáctica para el trabajo con niños/as de 7 a 14 años: «Educación y medios y comunicación». Las peticiones de apoyo, no sola-

mente de Cochabamba, sino de otros departamentos llevaron a ampliar el proyecto.

Se hicieron cursos/talleres en La Paz, Oruro, Potosí, Santa Cruz, Sucre, Tarija y Trinidad y se organizaron grupos de profesoras/es en cada ciudad para asegurar la continuidad del proyecto.

En cada ciudad se coordinó con diferentes instituciones educativas como las Direcciones Distritales de Educación, las Delegaciones Jurisdiccionales de Educación de las Diócesis y Fe y Alegría.

Se realizaron 75 cursos/talleres a lo largo entre 1997 a 1999 y se tuvieron dos encuentros nacionales de los diferentes equipos de profesores formados en ocho departamentos de Bolivia.

Se continuó con la labor de seguimiento del trabajo realizado por los profesores con visitas periódicas a los profesores en sus aulas y con las reuniones mensuales en Cochabamba y viajes continuos a las diferentes ciudades del país para reunirse con los equipos de profesores y tener algún curso-taller o charlas para padres de familia.

Se publicó el libro «Educación y medios de comunicación: experiencias en el aula» de Marta Orsini, en el que se recoge algunas prácticas realizadas por los profesores de Cochabamba y se dan nuevas propuestas de técnicas en los diferentes medios de comunicación y para los diferentes ciclos y asignaturas.

En 1999 se realizaron siete foros en Cochabamba con connotados comunicadores, sobre: «Comunicación para el desarrollo», de Luis Ramiro Beltrán; «Comunicación y pastoral», de Adalid Contreras; «Comunicación y ética», de Gregorio Iriarte; «Elecciones y propaganda política», de Carlos D. Mesa; «Televisión y violencia», de Fernando Andrade; «Televisión y familia», de Ligia Saniz; «Nuevas tecnologías de la comunicación», de Marcelo Guardia. En cada foro se tuvo un promedio de cien participantes. Estas ponencias fueron publicadas con el título de «Educación y Comunicación» en agosto del 2000. Se destacan como actividades realizadas por los estudiantes de los diferentes colegios del proyecto en Cochabamba los concursos de carteles o «afiches» sobre la conservación del medio ambiente, los concursos de graffitti con análisis crítico de los expuestos en Cochabamba y con mensajes alternativos con sus respectivas ilustraciones o dibujos. Se seleccionaron los más creativos e interesantes y se publicaron a principios del 2000.

Los alumnos de siete colegios del proyecto hicieron un trabajo de investigación sobre la utilización de niños y jóvenes de los juegos electrónicos, llamados en Cochabamba «tilines». El objetivo de la investigación era averiguar el número de asistentes, horarios, eda-

des, costo y contenido de los programas. El trabajo de asistencia, entrevistas y tabulación de los resultados estuvo a cargo de los estudiantes de cuarto de Secundaria.

Después de haber analizado las respuestas y considerado las observaciones realizadas por los estudiantes investigadores e investigadoras, sacamos las siguientes conclusiones:

1) El universo investigado fue muy variado: de seis años a más de 18; estudiantes de colegios, universitarios y trabajadores; de colegios fiscales y particulares, de niveles socioeconómicos diferentes, y de las distintas zonas de Cochabamba. Lo que nos permite concluir que los resultados nos dan una idea general sobre el consumo de los juegos electrónicos, que éstos no son privativos de ciertos sectores o edades.

2) El mayor número de asistentes es de niños y adolescentes de escuelas y colegios. Concluimos que estos juegos son muy «gustados» por la niñez y la juventud y que la asistencia reducida de adultos es porque éstos tienen más ocupaciones que la población infantil y juvenil.

3) La población más numerosa de jugadores es de escuelas y colegios fiscales, supuestamente con menores ingresos económicos. Esto se explica porque los niños y jóvenes de escasos recursos tienen menores posibilidades de entretenimiento en sus propias casas, que son en general pequeñas. Como los padres y las madres deben salir a trabajar, en muchos casos todo el día, los hijos e hijas tienen menor control y muchos de los padres y madres ni siquiera saben cuál es el horario de clases de sus hijos o no asisten a las reuniones de padres de familia de los colegios por falta de tiempo o de valoración de la educación de sus hijos e hijas.

4) Entre los jugadores predomina el sexo masculino con bastante diferencia del femenino. El ambiente de los locales de juego que han podido captar los observadores es de sitios cerrados, oscuros, con poca ventilación, con predominio de asistencia de varones, en el que se percibe un lenguaje brusco, violento, que generalmente inspira temor en las niñas y adolescentes mujeres. No asisten por temor, porque el ambiente no es de su agrado y porque el contenido violento de los juegos no va con su modo de ser.

5) Más del 50% de los jugadores emplean el dinero de su recreo en los «tilines». Si sumamos el 19,85% de los que contestan a veces y el 6,41% de los que dicen una parte del recreo, tendríamos un 76,82%, porcentaje muy elevado que nos demuestra que emplean parte o todo el dinero de su recreo en el juego, dinero que tendrían que utilizarlo para su refrigerio.

6) Los resultados de la pregunta sobre ¿cuántos

días a la semana asisten a los «tilines»? señalan que 590 personas asisten más de dos días a la semana y de éstos 186 asisten todos los días. Nos parece, sin lugar a dudas, que los que pasan de dos días de asistencia sistemática a las casa de juegos electrónicos, son ya adictos al juego. Si esto ocurre con los niños es grave pues tienen muchos años por delante para seguir con el vicio.

7) Sobre las horas de juego al día, la cifra más alta es la de media hora, seguida de dos horas cada día y una hora. Unido este dato al de los días a la semana que asisten a los «tilines», nos lleva a concluir que el tiempo que pasan en esta diversión es muy grande y resta del tiempo de estar con la familia, en la escuela o colegio, de hacer sus deberes escolares, de cultivar la amistad, las relaciones sociales, de hacer actividades deportivas, etc. tan necesarias, todas ellas, para el desarrollo armónico de la personalidad de los niños, niñas y jóvenes.

A partir de tres días de juego a la semana y más de dos horas al día es ya un uso excesivo de los «tilines», que repercute, con consecuencias graves, en la salud física y mental de los jugadores, produciendo daños fisiológicos por el exceso de horas expuestos a la luminosidad de las máquinas de juego, excesivo ruido, ambiente poco oxigenado, la falta de movimiento, etc. y daños psico-sociales por el contenido violento de los programas, la identificación con los personajes, el afán desmedido de competitividad, la falta socialización. De alguna manera se está alterando el desarrollo normal de la personalidad de los niños y adolescentes.

8) Sobre el contenido de los juegos por orden de frecuencias están los que tratan de peleas, guerras, deportes, aventuras y kárate. Excluyendo los deportes, vemos cómo todos tienen un contenido violento. El 64% de los juegos que les gustan más como Mortal Combat, Tekeen, Metal Slung tienen un alto contenido de violencia. Si unimos estas respuestas a la pregunta de por qué les gustan más. Las respuestas son muy significativas: porque son emocionantes, tiene acción, hay violencia, porque hay peligro, hay peleas, porque se identifican con los personajes, etc. Estos resultados nos llevan a concluir que la violencia es el alimento cotidiano, unido al de los programas televisivos, de nuestros jóvenes y niños. Una sobredosis de violencia internalizada lleva a la imitación o reproducción de hechos violentos. Nuestra sociedad boliviana está detectando cada día la proliferación de pandillas juveniles de hombres y mujeres en todos los estratos sociales.

Creemos que los juegos electrónicos pueden causar más daño que los programas televisivos porque de

alguna manera frente a la televisión somos receptores pasivos, en cambio en los juegos electrónicos, el jugador se convierte en protagonista, es sujeto activo en la pelea, el combate. Gana cuando mata, derriba, vence al enemigo. Se está entrenando para la victoria a fuerza de violencia. No importan los medios que utilice para conseguir el triunfo.

9) También los resultados de las observaciones, realizadas por los estudiantes investigadores, son significativas. Nos hablan no sólo de los ambientes físicos de los locales, sino también de las actitudes de los jugadores: nerviosismo, tensión, agresividad, descontrol, pérdida de la noción del tiempo, evasión de la realidad, concentración, imitación de las actitudes de los personajes de los juegos, etc., lo cual nos confirma que estos jugadores adictos van a reproducir, también en el hogar, en la escuela, en la calle... estas actitudes agresivas, violentas y el afán competitivo disociador.

Sobre algunos otros aspectos observados, es importante destacar el hecho de que algunos pedían prestado dinero para seguir jugando o seguían mirando el juego de sus compañeros, lo cual quiere decir que estos jugadores son dependientes del juego.

Las casas de juegos no ofrecen otro tipo de programas en los que se agudice el ingenio, se entrene en la búsqueda de soluciones, sino que se limita a ofrecer programas que estimulan la agresividad, la competencia desmedida, aunque en estos programas se desarrolle también el ingenio y la habilidad, pero para acciones que no son buenas. Por ejemplo, en los programas más gustados entre los jugadores de Cochabamba sigue en los primeros puestos del ranking «Combate mortal» que consiste en matar a todos los enemigos, que son personajes reales. Sin duda, este tipo de programas llevan a fomentar el sadismo y a insensibilizarse ante la muerte de personajes reales. Lo importante es ganar, aunque sea matando a los demás. Lo que ven y hacen en el juego, luego tratan de imitarlo. De los juegos salen entrenados para la agresión y la poca valoración de la persona humana y el cultivo de sentimientos negativos, perniciosos, poco solidarios, etc.

Es bueno destacar por su importancia algunas de ellas y algunos testimonios de los jóvenes entrevistados: «Otra cosa que pude comprobar es que muchos salían del colegio antes de tiempo o se iban directo a los «tilines». Seguro que llegan tarde a sus casas ya que varios niños deben escaparse del colegio, porque, por ejemplo, el sábado cuando los fiscales pasan clases, los hemos visto en los «tilines», jugando con uniforme»; «lo que no me gustó de esos lugares era el ambiente cerrado, el aire muy concentrado y no

se podía respirar bien»; «cuando les hicimos la pregunta de qué juegos les gustaban más, la respuesta era común en todos los casos: «me gustan mucho más los juegos de peleas», «a mí me encantan los juegos de guerras y acción», «preferentemente juego las luchas porque son más emocionantes».

Debido al tiempo que permanecimos en estos lugares, observamos varias reacciones de las muchachas que jugaban, las cuales eran violentas de un lenguaje no apropiado. Todo esto debido a la concentración que adquieren al jugar y el temor que tienen por perder».

Como los resultados de la investigación eran sugerentes, se hizo una pequeña publicación de los resultados con el título: «Los juegos electrónicos y su impacto entre niños y adolescentes». La divulgación de la publicación llevó a la organización de un panel en el que participaron autoridades policiales, Defensoría de la Niñez y Adolescencia, Oficialía de Cultura, Defensa Internacional del Niño y otras instituciones. Esta publicación y el panel repercutieron en la sociedad y la policía hizo «batidas» en las casas de juegos. Los canales de televisión y radios hicieron eco del problema.

Los resultados alcanzados en esta etapa son muy estimulantes:

- Se ha continuado con el trabajo en los 17 colegios de la ciudad de Cochabamba y las provincias Tiraque y Colcapirhua y se ha apoyado en la formación de profesores en los otros departamentos.
- Los profesores asistentes a nuestros cursos-talleres están usando los medios en el aula como recurso didáctico y enfocando sus propias asignaturas desde los mensajes que nos vienen a través de los medios en forma transversal.
- La labor de seguimiento que se realiza a los profesores en sus aulas nos ha permitido comprobar el avance de los alumnos en su nivel comunicacional, creativo y crítico. Los alumnos/as realizan pequeños trabajos de investigación en diferentes temas.
- Se han realizado cursos-talleres en Cochabamba y otras ciudades de Bolivia con buena participación y se ha hecho el seguimiento de los grupos de profesores ya formados.
- Se han organizado charlas con profesionales como el P. José Luis Corzo, español que trabaja en

una experiencia de la Escuela de Barbiana usando el periódico en el aula para el conocimiento y análisis de la realidad y la de Luis Alfonso Guadarrama de México sobre el tema de televisión y familia. Hemos quedado comprometidos a realizar trabajos de investigación sobre la incidencia de la televisión en las familias bolivianas.

2.3. Tercera etapa

Después de una evaluación realizada al finalizar el año 2000 se vio que era importante que los profesores/as implicados en el proyecto cumplieran su compromiso de seguir partiendo de los medios y utilizándolos en sus asignaturas respectivas y dejar de dar la

Se ha insistido en que el maestro/a debe partir de los conocimientos que traen los alumnos/as de los medios de comunicación para desarrollar sus temas de manera más contextualizada. Se han hecho prácticas para relacionar saberes a partir de una noticia, de síntesis y expresión del pensamiento propio desde los medios de comunicación y se han iniciado charlas con padres de familia sobre la influencia de los medios de comunicación en niños y jóvenes y formación de la criticidad.

materia de comunicación, que había sido remunerada por la administración del proyecto.

Se dejó el apoyo sistemático a los grupos de profesores/as de los otros departamentos por falta de recursos humanos y económicos. Las actividades más destacadas del 2001 fueron:

- El seguimiento de los profesores a través de reuniones periódicas en las que compartían sus experiencias y evaluaban su trabajo.
- Cursos-talleres para los profesores del proyecto para ampliar y reforzar lo aprendido, abiertos a otros profesores interesados.
- Charlas a padres de familia y grupos juveniles.
- Publicación del folleto: «Análisis de películas y videos» de Marta Orsini.
- Concurso de historietas o cómic, en el que los alumnos/as de diferentes colegios. Después de haber realizado concursos internos se expusieron los mejores trabajos a nivel intercolegial. Fue admirada la creatividad en cuanto al contenido porque trataron temas

sociales, económicos, educativos, etc., y en cuanto a la expresión artística de las imágenes.

- Trabajo de investigación sobre el tema: La mujer en los medios de comunicación social, motivado por la preocupación que causa el uso que se hace de la mujer en los medios de comunicación, principalmente en la televisión y en la prensa «amarillista» como *Gente* y *Extra*.

La investigación se hizo sobre un universo de 968 personas de catorce distritos de la ciudad de Cochabamba, de todos los niveles sociales, a partir de los 17 años. Los encuestados/as fueron un 70% de mujeres y un 30% de varones. La encuesta contenía veinte preguntas referidas a cómo se presentaba la televisión y la prensa escrita. Las preguntas fueron cerradas y abiertas. Cabe destacar que algunas respuestas se refirieron al deber ser y no a la realidad. Por ejemplo, en la pregunta que toca el papel de la mujer en los programas que ve. Varias contestaron porque la mujer tiene que superarse, luchar y triunfar, o porque es la base del hogar y de la sociedad o porque hace noticia. Sin embargo, una mayoría dice que la mujer es tratada como un ser secundario, son los varones los protagonistas principales o porque no hacen valer su opinión, porque sólo le dan importancia a su figura y a su belleza, son tratadas como objetos.

A la pregunta de si le gustaría ser como las mujeres que salen en la televisión algunas contestaban que sí, porque son bonitas y atractivas, porque tienen mayores logros en la vida, porque es el ideal de todas, etc.; las que contestan no, dicen que es porque la mujer es usada como objeto de venta, porque no le gusta que le tomen como adorno, porque resaltan sólo su físico y no su belleza interior, porque es mostrada como ser superficial, porque las mujeres de la televisión son estereotipos que no responden a la realidad, son ficticias.

Señalan que la mujer en los medios es usada para vender más, en los periódicos *Extra* y *Gente*, en revistas, en publicidad, moda..., es tratada como anzuelo, en las ferias como repartidoras de papeles, etc.

- Los encuestados añaden algunos comentarios. Sacamos algunos que nos parecen más expresivos: «Creo que la tele está creando un mundo muy distinto a la realidad. Se habla del peligro de la anorexia y que la televisión la fomenta»: «la mujer hoy en día debería realizar otro tipo de trabajo en la televisión, más profesional y educativo»; «el personaje principal puede ser, tanto hombre como mujer, pero sin pasar la línea de la ética»; «deberían valorar más a la mujer interiormente y verla como una persona y no como un objeto sexual»; «la mujer debe estar en los ámbitos políticos, científicos y otros importantes de nuestra so-

cialidad porque tiene capacidad». El estado de la investigación está bastante avanzado, estamos en la redacción de las conclusiones.

En enero del 2002 se ha iniciado un nuevo programa con los mismos objetivos, puntualizando el que los profesores/as utilicen la prensa, radio, televisión e Internet como lentes de información y de conocimientos y los usen en el aula como recursos didácticos. Se ha decidido centrar el trabajo en colegios de Cochabamba, apoyándose a veintitrés. En todos ellos se ha iniciado el programa con cursos-talleres en sus establecimientos a los que han asistido los profesores/as de todas las asignaturas, niveles y ciclos de la ciudad de Cochabamba y las provincias de Tiraque, Colcapirhua y Quillacollo.

Actualmente se está haciendo el trabajo de seguimiento en reuniones en cada colegio. La mayor dificultad que se percibe hasta el momento es que los profesores/as, sobre todo de ciencias exactas, tienen mayor dificultad para usar como recurso los medios de comunicación. Se ha insistido en que el maestro/a debe partir de los conocimientos que traen los alumnos/as de los medios de comunicación para desarrollar sus temas de manera más contextualizada. Se han hecho prácticas para relacionar saberes a partir de una noticia, de síntesis y expresión del pensamiento propio desde los medios de comunicación y se han iniciado charlas con padres de familia sobre la influencia de los medios de comunicación en niños y jóvenes y formación de la criticidad y se está apoyando a grupos juveniles de colegios y universitarios.

Se tienen programados tres foros durante este año para la población en general. Uno de ellos ya se ha realizado con mucho éxito con el tema: presentación de programas políticos de los diferentes partidos que se presentarán en las elecciones generales. De diez partidos invitados, se presentaron ocho candidatos a primeros senadores o diputados. Hubo muy buena participación del público.

Los temas que se está trabajando con los jóvenes es el de formación para el ejercicio de la ciudadanía, derechos humanos, cultura de la paz, equidad de género, conservación del medio ambiente... Estos temas se trabajan en concursos, campañas o pequeños trabajos de investigación. El primer concurso ha sido de historietas y de eslóganes en logotipos sobre el tema: «Construyamos la paz en un mundo violento». Se han publicado además dos folletos: «Diseño y diagramación de impresos» y «Pautas para elaborar un cómic». Creemos que con este trabajo estamos contribuyendo al desarrollo de personas más críticas y creativas en el campo edu-comunicativo.