



RAZÓN Y PALABRA

Primera Revista Electrónica especializada en Comunicación

Junio - Julio
2004

Estudiantes Espectadores y Constructores

Número Actual

Número actual

Números Anteriores

Editorial

Sitios de Interés

Libros

Ediciones Especiales

Proyecto
Internet

Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

Por *Jerónimo Rivera, John Osorio y Uriel Sánchez*
Número 39

“Las imágenes hablan por sí solas” y “una imagen vale más que mil palabras” son algunas de las ideas más frecuentes cuando se trata de definir la relación que existe entre el espectador y la imagen que mira. Esta visión ha sido revisada e incluso refutada por autores como Jacques Aumont, que en su libro *La Imagen*¹ pondera el papel de la imagen en sí misma, pero reivindica el papel del espectador como un ser pensante que no se limita a recibir mensajes y, simplemente, decodificarlos.

Históricamente, se ha considerado espectador a quien asiste a un espectáculo y, de manera más general, a quien mira. Cuando el espectador tiene la oportunidad de mirar, se hace consciente también de que puede ser mirado y de que en lo que mira también puede verse a sí mismo. No es gratuito, por tanto, que la palabra espectáculo que viene del latín *spectarum* tenga la misma raíz etimológica del término espejo.

El espectador es un sujeto activo en el proceso de la comunicación mediática y a pesar de que quien propone la imagen sugiere un sentido a partir de la construcción que realiza, es el espectador con sus experiencias, emociones y conocimientos, quien la dota de sentido a partir de su propia subjetividad.

La institución educativa, por su parte, asume que todo estudiante posee características propias de un perceptor, entendiendo de acuerdo al término que no sólo recibe, si no que además comprende un mensaje. La calidad de alumno sumerge a los sujetos en un proceso de aprendizaje, que en buenas condiciones, los lleva a percibir, pero al mismo tiempo los hace construir, componer y organizar su mundo.

Un alumno, de acuerdo a la concepción inicial del término, es quien es alimentado (*alere*) o asume el rol de hijo adoptivo (*alumnus*). Es claro entonces que el alumno recibe el alimento de la enseñanza para transformarlo y digerirlo gracias al aprendizaje, pero sería ingenuo pensar que su único alimentador es el docente, pues el conjunto de nutrientes (y de desperdicios) lo obtiene de muchas fuentes, entre ellas una de las más importantes es la de los medios de comunicación audiovisual.

Siendo así y, particularmente, desde la utilización de la imagen audiovisual en el aula, podemos comprender al estudiante como un espectador. Pero será igualmente necesario despojarnos de la idea preconcebida del espectador como un sujeto receptor, pasivo; muy al contrario, debemos entrar en su concepción como coautor, reconstructor y conformador de una obra. El espectador es un hacedor; y si bien construye sobre la oferta de otro, no es menos cierto que arma un rompecabezas con su propia concepción del mundo, sus personales perspectivas y sus procesos de aprendizaje o asimilación. El espectador es también un constructor de la obra que percibe y a través de ella se construye a sí mismo.

Asumir al estudiante como espectador es ir más allá de pensarlo como mero receptor. La recepción implica el punto de llegada, la

función antena, la posibilidad de recibir. De otra parte, la función del receptor es más amplia, menos cercana a la máquina y más compenetrada con el ser humano y sus cinco sentidos en acción de asimilación y aprehensión del mundo; además, lleva de modo implícito a la elaboración mental, al análisis y la síntesis para que finalmente el sujeto convierta la información del exterior en procesos mentales que le permitan interiorizar y transformar conocimiento.

La percepción, es pues, fundamento del espectador y sin embargo, de un modo aun más profundo, con la elaboración mental el espectador moderno es parte de la construcción de la obra, del mensaje, del espectáculo. En una lectura estructural del mensaje percibido, el espectador decodifica, entiende, comprende y posteriormente reconstruye los elementos presentes en la imagen generando un proceso de análisis abordado desde múltiples perspectivas que le permitirá llegar a la interpretación, añadiendo sus experiencias y conocimientos para dar sentido a lo que ha visto.

Si el estudiante es un espectador es también un buscador de espectáculo o por lo menos un asistente a él. Es preciso, entonces, cargar de significación la idea de espectáculo, particularmente desde la imagen al servicio de la educación en las aulas y a través de las didácticas. No puede ponerse en duda, que al asistir y participar de una clase en la cual se utiliza la imagen como mediación, el estudiante es parte de un espectáculo, que se inscribe en la modernidad –quizás posmodernidad- como opción nueva de formación.

Un espectáculo es una *función o diversión pública celebrada en un teatro, en un circo o en cualquier otro edificio o lugar en que se congrega la gente para presenciara*. Es también un *conjunto de actividades profesionales relacionadas con esta diversión*. En esta acepción el espectáculo se observa, se presencia. Al espectáculo se asiste, se va, el espectáculo se espera, y como tal es la posibilidad del sujeto pasivo que espera para ver; espera lo que le ofrecen, aquello que le dan o le muestran. El espectáculo, además, se reviste de diversión pero sin interés alguno por la formación o el cultivo de otras bondades del asistente.

Pero otro significado de la palabra espectáculo nos dice que es la *cosa que se ofrece a la vista o a la contemplación espiritual y es capaz de atraer la atención y mover el ánimo infundiéndole deleite, asombro, dolor u otros afectos más o menos vivos o nobles*². Este último significado de espectáculo resulta más cercano al aula, a la puesta en escena que se presenta cuando estudiante y maestro dan nacimiento al encuentro pedagógico como trabajo en el aula o clase. Se trata de un espacio que atrae la atención y mueve el ánimo, y a la vez propicia la contemplación espiritual. Y la acepción de espectador aquí presentada reclama la atención del sujeto, con lo cual el espectador es mucho más que el asistente a espectáculos públicos: es un sujeto que se concentra y cifra su atención en un objeto de interés; por lo tanto busca, anhela, se entrega a dicho objeto por un lapso. Entre el espectador que pone atención y el espectáculo como contemplación espiritual que genera afectos vivos o nobles, se encuentra el estudiante como espectador y constructor a través de la imagen.

Para los estudiantes de hoy el placer y el espectáculo parecen ir de la mano. Los tiempos actuales –de la imagen, según muchos teóricos- son también tiempos del hedonismo (tema que merece un abordaje aparte). Y en medio de todo esto, aparece el espectáculo como oportunidad y el espectador como educando, como discente que se refugia en las tendencias de su época para instruirse. Para el estudiante la imagen audiovisual en el aula, y aun más, fuera de ella, implica un acercamiento a la diversión y un gusto; aunque seguramente también lo asume como un acercamiento a la facilidad pasiva sin mayores esfuerzos lectores o constructores. Sin embargo, esto no implica que no haga sus

propias, voluntarias o involuntarias construcciones mentales al ejercer la función de estudiante como espectador.

En esta línea conceptual debe rescatarse también la relación entre espectáculo y fiesta, que a su vez, mantienen elementos comunes con el rito y la celebración. Se trata de una relación armoniosa y profunda en la construcción del espectador, pero en su constitución educativa es preciso diferenciar fiesta y espectáculo. La fiesta se encamina a la celebración y la ruptura momentánea de los ordenes; mientras que el espectáculo valora la puesta en escena, el ofrecimiento a la vista y a los sentidos.

Muy al contrario esta relación erige la posibilidad de la socialización como proceso formador y su disfrute como acto educativo. Al señalar este mismo peligro Bettetini afirma que: "como la fiesta del espectáculo ha sido sustituida por la espectacularización indiferenciada de la feria, así el espectador de los medios atribuye características festivas a su consumo; pero se trata de una fiesta que renuncia programáticamente a la instancia comunitaria y que se resuelve en la gratificación de una clausura individualista; una fiesta solitaria, más cerca de la evasión o del viaje de la sobredosis que a cualquier forma de ritual implicador, religioso o seglar"³. Para este autor las festividades se han transformado en difusión de conocimientos sin finalidad y homogeneizados por el consumo; además, plantea que el conocimiento mismo se ha transformado en presupuesto de poder, económicamente cuantificable y rentable.

Se plantea de este modo, un espectáculo en su dimensión de divertimento, pero elevando su función educadora. No pretende este texto caer en la salida facilista de tomar el espectáculo vacío como reemplazo de la responsabilidad educativa y formativa que implica la búsqueda de los postulados pedagógicos. La recepción del espectáculo se asume como puesta en escena para el enriquecimiento de los participantes y su celebración festiva, como encuentro ritual a favor del conocimiento, como elaboración colectiva para el aprendizaje, encuentro de propuestas del modo seductor que la mente humano aprecia a través de su curiosidad, la misma que lleva a la investigación y al conocimiento. Así, el conocimiento es alegría, fiesta y el espectáculo es celebración que la posibilita: "Tradicionalmente, la noción de espectáculo ha estado siempre acompañada de la fiesta. Ha sido siempre la instancia festiva, la motivadora de las ocasiones del espectáculo; al mismo tiempo, la manifestación espectacular ha sido siempre vista como una ocasión de fiesta. La raíz terminológica 'fast', de la que se puede hacer derivar la dicción 'fiesta', se refiere a los actos lícitos consagrados por lo divino, y se contraponen a 'ius' y a 'mos', donde lo lícito está justificado, respectivamente, por la institución política y por las costumbres, por la tradición ética"⁴

Bettetini plantea que "desde el teatro del renacimiento hasta el socialista, del barroco al de la vanguardia histórica, todas las manifestaciones escénicas que se han sucedido sobre el escenario del mundo han sido siempre proyectadas y vividas como ocasiones de fiesta"⁵. Y completa este autor con una idea más cercana a los audiovisuales: "también el cine se había constituido como un lugar nuevo de festividad social, del consenso colectivo en la excepcionalidad de una ocasión lúdica, del rito de iniciación de una imagería de masas, legitimada y asumida por todos..."⁶

La educación, sin embargo, ha sido casi lo diametralmente opuesto. Esta idea, no obstante, contradice la evidencia de que la clase puede ser una acción teatral, una puesta en escena y así se reviste, en mayor o menor medida, de espectáculo.

Como puesta en escena, acción teatral y espectáculo para la observación que genera afectos *vivos* y *nobles*, la clase y en ella la proyección de la imagen audiovisual en el aula, exigen del estudiante la activa participación como espectador. Esto quiere decir que se concentra en un objeto que atrae su

atención para *mover el ánimo infundiéndole deleite, asombro, dolor*. De otra parte, exige del docente la tarea del maestro...y también la del maestro de ceremonias, el actor, el que dirige y pone en escena, el que seduce con sus conocimientos y a la vez permite que el estudiante se luzca en su propia actuación, en su puesta en escena, para que todos juntos construyan la obra. Cabe recordar de nuevo con Bettetini que "en la Edad Media al director de la sacra representación se le llamaba 'festero'; los coordinadores de los espectáculos eran festivamente definidos como 'Meneur de Jeux', 'Regens Ludi', 'Magister Ludi'; después llegaron el 'jefe de los cómicos', el director artístico, el 'director'. Hoy en el teatro, en el cine y en la televisión ya no se hace fiesta, ya no se juega, sino que se produce: y quien tiene los hilos del entramado es un consejo de administración, un comité político de gerentes, un manager, un centro de *marketing*"⁷. A esto sólo queda que el espectáculo encuentre en el conocimiento, en la pedagogía y en la didáctica su verdadera función al servicio de la educación.

La Rutinización Mata al Espectáculo

El discurso de los medios es dinámico, seductor, siempre contemporáneo, y actualmente rítmico, sonoro, exótico. Es una permanente puesta en escena de miles de rostros y palabras. Los medios son polifacéticos, múltiples, contrastados y contrastadores. Adormecen y alucinan hasta hacer creer que sólo dentro y a través de ellos se encuentra la realidad. Es la locuacidad de los medios la que los convierte en lo que son para sus espectadores.

Siendo así, el estudiante está sometido a un discurso impositivo y avasallador propio de la dinámica de los *mass media*: la pantalla es la única que habla, que muestra, que ofrece, y a ésta no se le puede contestar, no se le puede rebatir, ni siquiera se le puede preguntar y aun sí se hiciese sería igual que no hacerlo, no pasaría nada, no pasa nada, nadie escucha, son una canal de una sola vía. Los medios audiovisuales –y en general podría decirse que la totalidad los medios masivos de comunicación– son dictadores, impositivos. Frente a su poder hay muy pocas alternativas para el perceptor, quizás la de cambiar el canal es una de ellas, y aun así, esto no lo equipara frente al medio y su avasalladora univocidad. No hay interlocución, no existe en términos equitativos un diálogo, una verdadera interacción comunicativa.

Para algunos teóricos modernos, la comunicación ha dejado atrás la influencia de los clásicos modelos de comunicación con los cuales se inició la investigación en la comunicación de masas, particularmente después de la Segunda Guerra Mundial. Aun así, y en circunstancias como las actuales, es imposible negar la evidente dominación de los medios sobre el sujeto, la determinación de su impacto y la puesta en marcha de los modelos más ortodoxos de las teorías de comunicación en una vía.

La teoría hipodérmica – inicialmente expuesta para la propaganda y la persuasión– contempla uno de los modelos a través de los cuales es posible explicar la posición de dominación del medio sobre el sujeto y la escasa defensa que éste tiene frente al primero. La idea de una aguja hipodérmica remite a la inoculación, inyección, y por supuesto al concepto de flujo en una sola vía, un solo camino, sólo una dirección. La hipodérmica atraviesa, penetra en la piel, descarga un contenido en el interior de las membranas vivas del sujeto, bajo la dermis, en el músculo o en su sangre. Tiene la posibilidad de entrar, penetrar, apenas sí hiere levemente la piel, deja mínimas marcas de intromisión, *no natura*, en el cuerpo. Esta aguja tiene la posibilidad de introducir en el sujeto una información y generar cambios en el funcionamiento del sistema receptor.

La hipodérmica es un conducto minúsculo y en un solo sentido; la presión ejercida al oprimir el émbolo de la jeringa, que se desliza por un cañoncillo, hace que un líquido salga a través del conducto

de la aguja y se introduzca en el cuerpo del receptor. La aguja hipodérmica se halla, pues, conexas con un sistema completo que le ofrece la jeringa. Son un sistema, un conjunto funcional de un proceso que alguien ha puesto en marcha para la jeringación de algo, es decir, para introducir algo en el sujeto, sin que esto pueda devolverse o regresar por el mismo camino.

Pero la hipodérmica puede utilizarse también para absorber o extraer y, aun así, es de un solo sentido y quien determina la utilización del sistema define su circulación en una u otra dirección según las necesidades del caso. Así mismo, es comprensible que el sujeto receptor presente una respuesta a la inoculación. Esto significa que su organismo responde al efecto del líquido (¿medicina?) que se le ha inyectado. En cualquier caso, se trata de un efecto previsto por quien inyecta con la hipodérmica.

Tomando las palabras de autores como Mauro Wolf cuando explica, justamente, la teoría hipodérmica es posible hacerse a una idea más clara sobre la anarquía de los medios: "La postura sostenida por dicho modelo se puede sintetizar con la afirmación de que 'cada miembro del público de masas es personal y directamente atacada por el mensaje'⁸. Nótese que Wolf hace referencia a un ataque de los medios hacia el receptor. La expresión viene del Latín *attacare* (*battaglia* – *comenzar la batalla*) que en su primera acepción quiere decir acometer, embestir con ánimo de causar daño; y quiere decir también emprender una ofensiva y decidirse a una acción. Pero la expresión deriva también –según lo dice el DRAE– de la expresión árabe *tákka* (*del árabe clásico thika: cinta para ajustar una prenda*) y traduce atar, abrochar, ajustar al cuerpo cualquier pieza del vestido que lo requiere. De este modo, los medios, acometen acciones contra el individuo, lo atacan, lo afectan, y de igual modo, lo atan, lo abrochan, ajustan a su cuerpo sus propios mensajes, lo que ellos han definido sujetarle como ropas.

La televisión experimenta, igualmente, un proceso de desespectacularización, de rutinización, que ha llevado a que no sea ya un espectáculo (entendido como acontecimiento), si no un acto de la vida cotidiana emitido por el aparato televisor, que hace mucho tiempo se convirtió en un mueble más de la casa, parte del decorado. Según Giovanni Bechelloni, la televisión rutinizada ya no es el lugar del espectáculo, salvo ocasionalmente, "la televisión rutinizada se transforma en lenguaje con el que se habla, se nos representa la sociedad".

Según este autor, los estudios sobre audiencias en televisión han caído en un fatal error al intentar domesticar el fenómeno, asumiendo la televisión como un espectáculo y no como lo que en muchas ocasiones es, un acto cotidiano sin referentes externos para su análisis, una ventana a los ruidos de la calle. En otras palabras, la rutinización del espectáculo mata al espectáculo como acontecimiento.

Los medios actúan pues como un discurso avasallador y una aguja hipodérmica. Su mensaje se convierte en una inoculación a la cual el sujeto apenas si puede resistirse huyendo de los mismos; pero con la seguridad de que al estar expuesto será inyectado. Los medios arrojan sutilmente su carga, y su mensaje es de un solo sentido hacia el receptor. "Los medios elaboran discursos aplastantes en los que no se ha terminado de analizar una imagen o un texto cuando ya aparece otro. Es un discurso anárquico, pues aun cuando no estamos de acuerdo con lo que dice, seguimos mirando la pantalla"⁹. De ahí, tal vez, la poca capacidad de discusión argumentativa del alumno en clase.

¿Cultura de la Imagen?

Más allá de los modelos de una sola vía, los estudiantes están sometidos a un peligro mayor del que implican los medios como aguja hipodérmica. Además de contenido y calidad, se advierte el problema de la cantidad y la sistematicidad. Hoy en día, los estudiantes observan y perciben mayor cantidad de imágenes de

las que recibieron los estudiantes de dos o tres generaciones atrás. De allí que reiteradamente escuchamos a teóricos de áreas como la antropología y la educación hablar de "cultura de la imagen", un sonoro y sugestivo nombre con el cual han querido, desde estas y otras ciencias, encasillar las heterogéneas generaciones de jóvenes nacidos en las décadas de los 80 y los 90.

La imagen, según Aumont, se construye, es un proceso del observador. De allí que se pueda afirmar que el estudiante moderno construye imágenes de sí mismo y de su mundo. Un espectador observa, pero al mismo tiempo es constructor de su observación; recibe, pero de igual manera selecciona; aprehende, y en la misma medida suelta, deja; recoge, pero olvida y desecha. Un espectador es un crítico, está siempre esperando por algo más y se permite dudar de lo que ha recibido. El estudiante de hoy percibe y aprende, pero así mismo organiza y construye como espectador.

Esas características son producto de una exposición permanente a millones y millones de imágenes. Una sobre-exposición, resultado del contacto con medios como la televisión, el cine y la Internet, que aleccionan a los estudiantes de las actuales generaciones, al ejercer sobre ellos una especie de alfabetización, o por lo menos un acostumbamiento a lo que podríamos denominar *los modos de la imagen* y que, a la vez, obliga a los docentes a tratar de comprender la alta velocidad de los procesos de captación, asimilación e interpretación con los que crecen los alumnos.

Esto no quiere que decir que los jóvenes de hoy sean más o menos racionales o interpretativos que los de las generaciones que les antecedieron: simplemente su manera de ver el mundo obedece a parámetros diferentes. Para ellos, el ritmo de vida y el estilo de hacer las cosas es tan fugaz y veloz como las imágenes que a diario reciben a través de los medios. Esto, igualmente habla de una tendencia a lo efímero, lógica consecuencia de dichas fugacidad y velocidad. Así, el ejercicio intelectual por tratar de entender esa dinámica y particularmente esas imágenes, es lo único que le permite a los docentes conocer y comprender mejor por qué éstas influyen tan poderosamente en las opiniones, en las reflexiones y en las informaciones que posee el estudiante moderno sobre el mundo.

Cuanto más expuesto a la imagen se encuentra sujeto, más alfabetizado está por ella, más aconductado, es más preso del acostumbamiento. Y en tal medida, no sólo contará con un repertorio mayor de imágenes para filtrar su visión del mundo; sino que más necesitado estará de un lenguaje y de unos procesos de socialización sumados al modo de la imagen. El estudiante de las actuales generaciones quisiera, a veces, contar con un control remoto para pasar el canal en medio de la clase: cambiar de tema, de ritmo, de musicalización, de tono, de voz, de colores, de argumentos.

Si resulta discutible que estos sean los tiempos de una cultura de la imagen, es más evidente decir que son, por lo menos, los días del imperio de la imagen. Ésta ha demostrado, con asiento en los dispositivos audiovisuales, su capacidad de transgresión, de intromisión y de penetración. Cada rincón, cada cuarto, cada calle, han sido demarcadas por el ritmo que las pantallas transmiten. La imagen no entiende de barreras de tiempo y espacio; pasado, presente y futuro; la imagen se hecho un aquí y ahora que se desliza liviano entre el ayer y el mañana. La imagen ha construido una versión de aquello que a las generaciones actuales no se les ha permitido ver, ya sea por su desaparición o aun por su inexistencia. Muestra lo lejano y de difícil acceso a la mayoría. Presenta una versión de lo cercano. La imagen ratifica la existencia y hace dudar de la inexistencia. Es una testimonio para las palabras pueden ratificar. Cada instante la imagen impone su dinámica, su lenguaje, su encuadre y su ritmo. El

modo de la imagen en cada tiempo es tiempo el modo de ver el mundo, un modo de relacionarse con la realidad vivida.

Para las generaciones de la imagen, o de la exposición al imperio de la imagen, el ritmo, la dinámica, el modo de la imagen, son su propio modo. Se trata de su propio ritmo, de su propia perspectiva de la vida. La cadencia de las imágenes es la cadencia de la observación. El espectador mira en la cotidianidad como la cámara le enseña a mirar en la pantalla. Esa es una mirada aconductada. No se puede mirar en la pantalla lo que el sujeto quiere; sino lo que el enfoque determina, en el modo, cercanía, ángulo y rapidez que el camarógrafo asume. Esa mirada implica la sujeción de los ojos del observador. Al exponerse a la imagen el espectador ha permitido que sus ojos se aten, se amarren, se sujeten a una cámara y su enfoque.

El modo de la imagen es fragmentado, efímero, rápido. Se trata de un modo de proyectar imágenes, de plantear el ritmo de lo que se ve, y también el ritmo de lo que se vive. La imagen no está presa en la pantalla, lejos de esto, se encuentra ya en la mente del espectador, ha sido interiorizada y ha marcado los procesos de pensamiento y el modo de pensar, el modo de construir imágenes mentales, el modo de comprender, los recuerdos y el modo de recordar, las ideas y el modo de grabarlas. El modo de la imagen es el modo como viven muchas de las actuales generaciones. Es el modo de aprender, el modo de expresar, incluso el modo de hablar.

El espectador es más que un sujeto pasivo, un constructor de su mundo; pero su modo de construir está marcado por el modo de la imagen y particularmente de la imagen audiovisual. Este sujeto activo puede ser presa de la pasividad a la cual le lleva la imagen, al imperio de la misma, al discurso avasallador y anárquico de los medios. Sólo en la medida en la que este espectador sea capaz de construir el espectáculo podrá encontrar en él su propio modo activo de aprender, de vivir, de ser.

Simultaneidad de Códigos y Credibilidad

Otra característica que marca al estudiante como espectador frente a la imagen audiovisual, se encuentra en la simultaneidad de los códigos y los mensajes en medios de la contemporaneidad. Imagen, texto, música, gráficos virtuales, todos en un solo mensaje, integrados, fragmentados son como una avalancha que el espectador recibe casi sin darse cuenta del ritmo que le imponen.

Este espectador recibe y es capaz de percibir música y sonorización del mensaje con imágenes simbólicas y textos. Todo a la vez y en un sólo mensaje. Es capaz de percibir, al mismo tiempo, mensajes de diversos medios a través de diversos canales. Se trata así, de la conjunción de lo escrito gráficamente con lo dicho a través de símbolos y ambientado, dígame marcado, con una serie de sonidos musicales articulados. De este modo, los espectadores no ofrecen grandes resistencias a los mensajes, como en los *spots* publicitarios por ejemplo, que generan en el espectador procesos de pensamiento particulares y cargados de simbolización de acuerdo a su propia cultura y expectativas.

De la mano de la multiplicidad de códigos, los estudiantes desarrollan también una credibilidad en los medios y sus imágenes. Esta credibilidad es un fenómeno de nuestra época tecnológica: quizás es fruto de su capacidad de percibir la multiplicidad de los mensajes, pero también se encuentra ligada al ya mencionado poder avasallador y efecto hipodérmico de los medios. El Internet, por ejemplo, como observa Colombo, "es una fuente informativa compleja, que requiere no sólo saber ubicar y distinguir las páginas adecuadas, sino también verificar su estatuto de confiabilidad", cosa que tal vez nunca hacen los navegantes jóvenes. "Es un medio propicio a la difusión de la falsedad", agrega el mismo autor¹⁰.

Los medios cargados de imágenes como la televisión, el cine, el video y el Internet se sitúan por encima de las barreras físicas, políticas y lingüísticas del planeta. La oferta de cadenas y de servicios crece a pasos agigantados y la discusión de las normas jurídicas hace de la legislación algo cada vez más flexible. Con esta perspectiva sólo cabe esperar que los estudiantes reciban cada vez más horas de televisión, más información, más noticias, más imágenes y un sinfín de mensajes culturales y científicos, de manera atropellada.

Para afirmar que es un problema de generación, basta recordar que hasta hace 15 años, en Colombia, solo se tenían dos canales de televisión. Además, la mayoría de los aparatos receptores en los hogares funcionaban con el sistema de blanco y negro. Hoy en día, la unión de las características ya mencionadas con la multioferta de canales y medios entrega como resultado un desprotegido y analfabeto alumno en materia de imagen, sometido a la fuerza aplastante de los mensajes televisivos, filmicos y electrónicos.

El Espectador como Constructor

Si asumimos al estudiante como un espectador, tendremos que entender que al recibir una información puede también construir sentidos que le permitan construirse y formarse. Observa ejemplos que le sirven de modelo y guía. Se hace preguntas cuya respuesta será una búsqueda formadora. Pero aquella tarea de espectador no es pasiva. Por el contrario es activa en su multiplicidad. La tarea del espectador es de observación, luego de análisis y estudio, después de asimilación real, finalmente de puesta en práctica.

Con ese marco, en el aula, el estudiante se reconoce y reconoce lo que quiere ser y hacer en el futuro. Allí se enfrenta a un proceso de transformación de sí mismo, de su propia esencia, de su identidad, y quizás de su imagen. Aquel es un cambio que sólo puede darse con él y por él. El estudiante tiene que *encontrarse* en el aula de clase.

Resulta inadecuado, pues, encargar al docente toda la tarea de una construcción en la que sólo puede aportar referentes, información y modelos; impulsar la puesta en escena, dar sentido al espectáculo, erigir el marco didáctico que lleve por un camino pedagógico a la construcción del espectador como ciudadano y ser integral. Está claro que no podrá hacerlo si no cuenta con la tarea constructora de un espectador, el estudiante. El docente acompaña, enseña, facilita, pero el estudiante observa, toma, construye. El estudiante interioriza lo que otros han exteriorizado para él o para otros y lo que él mismo extracta de su confrontación entre lo recibido y lo que su interior le dicta. Es una espiral constante de aprendizaje, crecimiento personal, confrontación con exposiciones y nuevos saberes, asimilación y una creciente envolvente cuyo centro debe ser el crecimiento del individuo y, derivado de esto, el desarrollo de la sociedad.

En ese proceso educativo confluyen las imágenes del mundo que tiene el estudiante con aquellas que el docente puede ofrecer y las que juntos pueden buscar. Antes de llegar a las aulas ya el estudiante ha percibido de alguna forma el mundo; se ha apropiado de una parte de él y esa es su relación con la realidad. El docente enseña, aporta su propio conocimiento, y pretende que el espectador observe y construya, que apropie.

Ambos, estudiante y docente, pueden construir imágenes de futuro desde el presente. Se trata de una dialéctica en la que se puede construir el profesional de futuro cuya tarea de espectador frente a la vida cambie y evolucione, manteniendo y mejorando su papel constructor.

La tarea del docente, su reto, será armarse de las técnicas y herramientas suficientes para abordar este fenómeno comunicativo. Será obligación de los formadores, en cualquier área y en cualquier nivel educativo, desarrollar en el alumno el

ojo crítico, el ojo artístico, el ojo psicológico, el ojo emocional, etc., en otras palabras, enseñarle al alumno a mirar, mas allá de ver¹¹. En este sentido, su responsabilidad es alfabetizante, un trabajo que requiere tareas fundamentales.

Desmitificar los medios es el primer paso, y aprender a usar esos lenguajes de imágenes, es el segundo. Tanto alumnos como docentes, ojalá juntos, deberán adquirir herramientas suficientes para completar y profundizar las informaciones que de forma parcial, aparecen en las pantallas; comprobar, contrastar e investigar las informaciones de interés que allí aparecen y adquirir una actitud crítica.

La mayor obligación de los educadores será, pues, la de formar auténticos "espectadores". Los medios deben ser para los estudiantes precisamente eso: medios, no solo de entretenimiento y transmisión de información, sino medios proveedores de opiniones, valores, gustos estéticos y conductas sociales.

Las imágenes son representaciones de la realidad, son una de tantas formas de contar y narrar los hechos, son una sola de las múltiples visiones de un problema. El alumno debe aprender con la imagen que existen cosas y lugares distintos de los que le rodean, debe interpretar con ellas ciertas situaciones del mundo social. Debe proyectar esos esquemas y claves, conseguidos en los medios, a situaciones cotidianas de su propia vida real. Debe adquirir los instrumentos básicos para comunicarse con su cultura. Debe adquirir desde las imágenes, actitudes frente a la vida.

La imagen que los estudiantes construyan de sí mismos y de su profesión en las aulas será vital para que puedan construir su futuro en las organizaciones, en el mundo y en la vida. El espectador que pasa de la pasividad a la construcción del espectáculo y a través de éste a la construcción de mismo nos deja abierta una pregunta: ¿Cómo avanzar en la formación de un espectador que desarrolle las capacidades de leer la imagen y relacionarse con las posibilidades que le ofrecen los medios masivos sin sucumbir a los efectos hipodérmicos de los mismos y a su poder avasallador?

Notas:

¹ Aumont, Jacques. La Imagen. Ediciones Paidós Barcelona 1992

² Diccionario de la Lengua Española, Real Academia Española vigésima primera edición. Espasa 1998

³ Bettetini, Gianfranco. La conversación audiovisual. Cátedra. Madrid. 1996. Pág 191.

⁴ Bettetini, Gianfranco. La conversación audiovisual. Cátedra. Madrid. 1996. Pág 186.

⁵ Ibid. Pág 186.

⁶ Ibid. Pág 186.

⁷ Bettetini, Gianfranco. La conversación audiovisual. Cátedra. Madrid. 1996. Pág 187

⁸ Wolf, Mauro. La investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectivas. Paidós. Pág 23.

⁹ Iglesias, Francisco. La televisión dominada. Ediciones Rialph S.A. Madrid, España. Primera edición. 1990

¹⁰ Colombo, Furio. Últimas noticias sobre el periodismo. Editorial Anagrama. Buenos Aires, Argentina. 1997

¹¹ Vásquez Rodríguez, Fernando. La cultura como texto. Lectura, semiótica y educación. Bogotá: Facultad de Educación Pontificia Universidad Javeriana 2002.

Mgtr. Jerónimo León Rivera Betancur

Mgtr. John Jaime Osorio Osorio

Mgtr. Uriel Hernando Sánchez Zuluaga

Grupo de investigación Imago (Imagen y Comunicación), Colombia.