

Representación de las identidades culturales: propuesta de alfabetización crítica de la Cultura de Medios

*Elia Arizbeth Rodríguez Pacheco**

*Clara Eugenia Rojas Blanco***

*Nacionalidad: Mexicana. Grado: Maestría en Ciencias Sociales. Especialización: Estudios culturales y de género. Adscripción: Universidad autónoma de Ciudad Juárez. Correo electrónico: eliardz_1@hotmail.com

**Nacionalidad: Mexicana. Grado: Doctorado en Retórica y Comunicación Profesional. Especialización: Retórica y Comunicación con Mujeres. Teoría y análisis del discurso. Estudios de las Mujeres. Adscripción: Departamento de Humanidades. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Correo electrónico: crojas@uacj.mx

Fecha de recepción: 7 de mayo de 2012

Fecha de aceptación: 24 de octubre de 2012

Resumen

En el presente artículo presentamos, de manera resumida, los hallazgos de un estudio de corte cualitativo-interpretativo centrado en el análisis del proceso de re-significación, por parte de un grupo de estudiantes de nivel secundaria en Ciudad Juárez, Chih., México (2009-2010), de los productos de la cultura de medios. El objetivo central fue documentar, exponer y analizar la influencia que tienen las representaciones socioculturales promovidas por la cultura de medios entre los y las jóvenes con el fin de sustentar la importancia de alfabetización crítica de la cultura de medios para las políticas públicas de educación. El argumento principal del estudio es que los y las jóvenes son acríticos ante la ausencia de la diversidad cultural (género/sexo, raza/etnia y clase) en los materiales de medios, principalmente los de corte mercantil. Esta investigación fue realizada como parte de los requisitos para obtener el grado de MA en Ciencias Sociales con la especialidad en Género y Cultura otorgado por la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.

Palabras clave: Cultura de medios, alfabetización crítica, representaciones socioculturales, políticas públicas

Abstract

In this article, we present a succinct version of the findings obtained through a qualitative-interpretative study centered on the analysis of the re-signification process of mass media cultural products by a group of secondary level students in Cd. Juárez, México (2009-2010). The main objective was to expose, document and analyze the influence of media sociocultural representations promoted by media culture in order to illustrate the importance of the promotion of critical media literacy as part of public policies in education. The main argument was that the young students (female and male) who participated, are uncritical of the non-representation or misrepresentation of cultural diversity (gender/sex, race/ethnicity, and class) in media messages, mainly in commercial media. This study was conducted by Elia Rodríguez Pacheco as part of the requirements to obtain the degree of MA in Social Science with a specialized area in Culture and Gender granted by the Autonomous University of Ciudad Juárez.

Key words: Media culture, critical media literacy, sociocultural representations, public policy

Introducción

En la actualidad, los medios de comunicación masiva, así como las nuevas tecnologías de información y comunicación, juegan un rol trascendental en la vida cotidiana de las personas, dado que ofrecen múltiples formas de entretenimiento, esparcimiento y aprendizaje. Por lo tanto, no sólo es pertinente, sino ineludible, analizar el papel que juegan estos medios en la promoción y reforzamiento de prácticas diversas, así como en la construcción simbólica de las identidades promovidas y reforzadas por las representaciones socioculturales a través de la cultura de medios.

Hoy en día, los medios, así como las nuevas tecnologías de información, conforman poderosos instrumentos para promover espacios virtuales de educación formal, pero también son medios generadores de educación no formal y de transmisión cultural. Si bien tienen el potencial suficiente para promover un mejor y mayor entendimiento de las relaciones sociales interculturales, este potencial sólo se puede lograr en la medida en que plasmen las realidades, complejidad y dinámica de la diferencia cultural como diversidad y no como desigualdad. Sin embargo, la situación contemporánea se caracteriza por las múltiples paradojas que plantean el acceso a los medios de comunicación y el aprendizaje de nociones básicas sobre los medios de información y comunicación, esto es, la alfabetización informativa y mediática, y a la vez la pertinencia de promover la alfabetización crítica que proporcione los medios ideológicos para reconocer la riqueza de la diferencia cultural como diversidad y no como desigualdad.

En el presente artículo se presenta, de manera resumida, un estudio de corte cualitativo-interpretativo realizado para obtener el grado de maestría en Ciencias Sociales. El estudio se enfoca en el análisis del proceso de re-significación, por parte de un grupo de estudiantes de nivel secundaria en Ciudad Juárez, Chihuahua (2009-2010), de la representación de las identidades culturales de clase, género y etnia, promovidas por los productos de la cultura de medios.

El objetivo central del estudio fue documentar, exponer y analizar la influencia que tienen las representaciones socioculturales promo-

vidas por la cultura de medios entre los y las jóvenes que estudian la secundaria pública, con el fin de documentar la importancia de la alfabetización crítica de la cultura de medios para las políticas públicas de educación. Esta investigación se realizó a través de tres pasos metodológicos:

- (1) Exponer, documentar y analizar los hábitos de consumo de medios de un grupo de estudiantes de nivel de secundaria.
- (2) Exponer, documentar y analizar las representaciones socioculturales de género, raza y clase tanto a nivel lingüístico, como icónico en los materiales seleccionados.
- (3) Exponer, documentar y analizar el proceso de lectura de los textos seleccionados (construcción y negociación de sentido) por parte de los y las estudiantes.

La investigación parte del supuesto de que los y las jóvenes son acríticos ante la ausencia de la diversidad cultural en los materiales de medios, principalmente los de corte mercantil, que favorecen las miradas hegemónicas y excluyentes en términos de género/sexo, raza/etnia, y clase (en términos de las relaciones de poder representadas en el proceso de exclusión e inclusión). Las preguntas que guiaron la investigación son: ¿Qué medios consumen cotidianamente los y las estudiantes de secundaria en Ciudad Juárez? ¿Cómo influyen las representaciones de raza, género y clase en la posible construcción de la identidad de los y las estudiantes a nivel secundaria en Ciudad Juárez? ¿Qué representaciones están presentes o ausentes en los textos elaborados por los y las participantes?

De esta manera, se argumenta que no sólo es pertinente, sino urgente, que se realicen investigaciones sobre la influencia de los medios en las sociedades, de manera contextualizada. Existen investigaciones desde los estudios culturales que revelan la influencia de los medios en diferentes sectores de la sociedad, sin embargo, existen pocas propuestas que contribuyan a promover políticas públicas que estimulen la alfabetización crítica del contenido expuesto por la cultura de medios.

Consideraciones teóricas

La fundamentación teórica de la investigación está enmarcada en las discusiones contemporáneas sobre los estudios culturales críticos sobre cultura de medios. Los estudios culturales críticos son marcos epistemológicos de la teoría de la comunicación y los medios de comunicación, es decir, centran sus investigaciones en el análisis en la construcción discursiva de las relaciones de poder que se reproducen y refuerzan a través de la representación de las identidades de la cultura de medios, principalmente de los medios de corte mercantil. Dentro de estos marcos se consideran los medios de comunicación como un aparato ideológico importante dentro de las sociedades. Se han convertido en ejes transversales dentro de los discursos hegemónicos (Hall, 1997).

En este sentido, el informe mundial de la UNESCO (2010:137) menciona que “los medios de comunicación y las industrias culturales se han convertido en sectores de gran dinamismo económico, social y político, y gracias a ello configuran de modo creciente las identidades, visiones globales, valores y gustos individuales y colectivos, poniendo en entredicho los sistemas de la educación formal”.

De acuerdo con Hall en Stevenson (1995:71),

...los medios masivos de comunicación operan a través de la producción de códigos hegemónicos que aglutinan a la sociedad. Además los códigos que representan lo real se recogen de un limitado campo de discursos dominantes basados en una gama restringida de explicaciones sociales.

Los medios de comunicación como la radio, televisión, periódicos, revistas, internet, entre otros, proveen de materiales que forman identidad a lo masculino, femenino, clase social, nacionalidad, etnia, entre otras. Forman una cosmovisión de lo que es bueno o malo para cada grupo o identidad a través de la representación e ideologías. Además, son una herramienta de las ideologías dominantes para transmitir identidades, Kellner (1995:59) menciona que

Los medios de comunicación son una profunda y, a menudo, errónea fuente de la pedagogía cultural, que contribuyen a la educación acerca de cómo comportarse y qué piensan, sienten -el miedo y el deseo- y qué no. Los medios de comunicación son formas de la pedagogía que nos enseñan cómo ser hombre y la mujer, cómo vestirse, mirar y consumir.

Los discursos, prácticas y significados no son más que las construcciones socio-culturales, elementos que intervienen para transformar una identidad, según Martínez y Bonilla, en Plaza (2003: 28) “la identidad permite tomar conciencia de sí mismo, de nuestro lugar en el mundo y en relación a los demás”, formando una conciencia social según los patrones culturales, sociales y políticos.

Por tanto, podemos afirmar que los medios de comunicación constituyen los distintos escenarios de representación que definen las cuestiones de clase, raza, sexo, género e identidad. Además, son lugares privilegiados donde se interpreta, construye y disputa la lucha por el sentido en las culturas contemporáneas. Tienen el poder de reflejar y comunicar con determinadas ideologías como es una cultura.

En este contexto mediado, los estudios culturales críticos proponen el análisis de la cultura de medios como un espacio en donde se recrean y se reproducen discursos y prácticas de los grupos dominantes. Bordo, en Plaza (1999: 27), argumenta que “Vivimos en una época en que la imaginaria de masas tiene un poder para instruir sin precedentes”.

Por su parte, Zubieta (2000: 118) sustenta que la “cultura de masas, se compone de múltiples estrategias de poder como la de reproducir y estandarizar una versión unidimensional de la realidad; re-producción en serie de las condiciones de posibilidad del sistema capitalista en el terreno de lo simbólico y en el espacio del ocio y del esparcimiento”. Por lo tanto, los medios de comunicación se encargan de transmitir a través de su contenido, ya sea con imágenes o texto, ese conocimiento o sentido de la realidad, que es tomado como “verdadero” y que las personas implícitamente lo aplican en su cotidianeidad. Además la

comunicación se convierte en una mediación entre la sociedad y el individuo.

Valenzuela (2003: 23) menciona que “los estudios culturales analizan las formas explícitas o difusas de persistencia cultural a partir de la investigación de las tradiciones orales y las culturas locales frente a una supuesta cultura común o una cultura sin rostro”.

En general, los estudios centrados en comprender los procesos culturales promovidos por la cultura de medios son multifacéticos, pero necesariamente contemplan conceptos claves aportados desde los estudios culturales críticos, dado que éstos se enfocan en la relación entre la sociedad y cultura.

Estudios de audiencia

Los actos de leer una revista, mirar la televisión, escuchar la radio, navegar en internet, son una práctica social importante, pues tienen siempre algún tipo de impacto en las audiencias o receptores. Los medios son poderosos agentes de socialización y, específicamente, difusores de información —estructurante y estereotipada, sustentada en normas y creencias que contribuyen a recrear y reforzar la discriminación de grandes sectores de la población.

Si bien, los medios de comunicación son agentes de socialización para que se reproduzca y recree el contenido de los mensajes, debe haber una dinámica en donde primeramente haya una representación que conlleve a una apropiación del contenido o mensaje por parte de las audiencias.

Según Stuart Hall (1980), antes de que este mensaje pueda tener un “efecto”, satisfacer una “necesidad” o ser puesto en “uso” debe primero ser apropiado en tanto discurso significativo y estar significativamente codificado. Es este conjunto de significados codificados el que “tiene un efecto”, influye, entretiene, instruye o persuade, con consecuencias de comportamiento, perceptuales, cognitivas, emocionales, ideológicas muy complejas.

Es decir, Rojas (2010: 56) menciona que “en los estudios de la cultura de medios y su aparente impacto en las audiencias, se trata de

mostrar un panorama de cómo los medios masivos de corte comercial y los materiales que conforman la cultura de medios han contribuido —en mayor o menor medida— a reforzar y recrear visiones parciales de la sociedad, favoreciendo la exclusión, intencional o no, de la diversidad sociocultural”.

Por su parte, Grimso (1999: 8) menciona que

los medios son un elemento constitutivo de la sociedad y la cultura contemporánea. Por lo tanto, es necesario estudiar la sociedad y la cultura para poder decir algo sobre sus tecnologías y sus usos. Si los medios —y los procesos de interacción simbólica, son un elemento clave del mundo contemporáneo, no se trata de estudiar a los medios en sí sino en sus imbricaciones con los procesos socioculturales más amplios.

Las investigaciones desde los estudios culturales críticos han centrado su interés en las audiencias, con el propósito de estudiar los procesos de construcción, entendimiento, representación e interpretación de los mensajes mediáticos desde las audiencias, puesto que se reconoce que las audiencias son activas durante el proceso mediático.

Por su parte, Hall (1980) define tres formas en la que un texto puede ser codificado. La primera la llama lectura hegemónica, en esta se da una interpretación del texto, privilegiando lo que el texto sugiere. Cuando el sentido del texto es cuestionado sutilmente, la llama lectura negociada. Y, la lectura opositora, es cuando el receptor va en contrapelo del texto.

Estas tres lecturas propuestas por Hall, son utilizadas para “situar los textos dentro de las estrategias discursivas dominantes, al mismo tiempo que se los liga con una audiencia ya codificada” (Grimso; 1999: 98).

Teoría de las identidades en la intersección de género, etnia y clase

Los estudios culturales críticos centran sus análisis en torno a la formación de las identidades. Giménez en Valenzuela (2000: 47), menciona que se debe concebir a la identidad como “elemento de una teoría de la cultura distintivamente internalizada como habitus (Bourdieu, 1979: 3-6) o como ‘representaciones sociales’ (Abric, 1994: 16) por los actores sociales, sean éstos individuales o colectivos”.

Asimismo, el autor argumenta que “la teoría de la identidad parte de la misma idea de distinguibilidad, es decir, la identidad se atribuye en primera instancia a una unidad distinguible. Las cosas sólo pueden ser distinguidas, definidas, categorizadas y nombradas a partir de rasgos observables. Tratándose de las personas, la posibilidad de distinguirse de los demás también tiene que ser reconocida por los demás en contextos de interacción y de comunicación, lo que requiere una “intersubjetividad lingüística” que moviliza tanto la primera persona (el hablante) como la segunda persona (el interpelado)” (Valenzuela, 2000: 47)

Es decir, aunque las personas se perciban distintas, tienen que ser reconocidas para que existan social y públicamente. Para comprender la complejidad sobre la identidad, tenemos que percibir a los individuos como seres sociables. Una persona no puede vivir en individualidad, sino al contrario, es necesaria la pertenencia social. Las identidades sociales son un complejo aparato de conexiones entrelazadas donde intervienen distintas expresiones sociales como el Estado, la iglesia, la educación, el contexto económico e histórico, transversalizado en su mayoría por los medios de comunicación, que le dan sentido a las cosas.

Es decir, el sentido es producido por la dinámica entre las instituciones sociales y las sociedades a través de una negociación que termina estableciendo el sentido de las cosas en ciertas sociedades.

Se puede afirmar que hay distintas formas de analizar las identidades, por lo tanto, es importante tener en cuenta que existen identidades fragmentarias. Al respecto, Sandra Harding (1993) menciona que

una identidad puede estar subdividida en muchas más. Por ejemplo, las mujeres, es una identidad hasta cierto punto global, pero en las mujeres existe una fragmentación, porque hay blancas, negras, latinas, pobres, ricas, anglosajonas, chicanas, entre otras. Lo que conlleva a cosmovisiones diferentes.

Si existen distintas identidades, quiere decir que hay diferentes maneras de comprender lo que se está viendo y leyendo, es decir, no es la misma interpretación la que una joven anglosajona realizará de una revista juvenil, a la interpretación de una joven latina de la misma revista, esto debido a que la forma de vivir es distinta, y por lo tanto implica procesos cognitivos muy diferentes.

Además, Harding (1993) menciona que es importante tener en cuenta estas diferencias porque sólo así podremos comprender a las otras, a los otros. Porque los procesos en la vida cotidiana difieren mucho. Aquí es donde entra la complejidad de los estudios culturales, porque en cada grupo existen identidades fragmentadas y necesitamos estar consientes de estas diferencias para poder analizar los procesos, desde una mirada equitativa. Esto significa que a todo nombre hay que asignarle una representación, una declaración y una petición. Las identidades sociales están marcadas o clasificadas por patrones de género, raza y clase; los cuales marcan las identidades dominantes y a las dominadas, es decir, estos patrones definen cuáles identidades sociales son las “mejores” y cuáles son las “otras”. Por esto mismo, para efectos de análisis de la investigación, se estableció como categorías de análisis género, raza y clase, enmarcadas desde los estudios culturales críticos.

El género es un factor importante para definir una identidad. Antes de cualquier etiqueta, se nos divide en dos grupos, femenino o masculino. Entre las sociedades el primer factor que divide es el sexo, incluso antes de nacer lo primero que se pregunta es si será hombre o mujer. Cuando nacemos se nos impone una serie de códigos sociales que dividen e identifican, si eres mujer el color rosa se verá en la mayoría de tus pertenencias y si eres hombre el azul es el que predominará. Después de dejar clara la diferencia, se nos imponen roles asignados a cada sexo, y que en la mayoría de las sociedades son parecidos.

Buttler (2008: 297) menciona que es “una identidad instituida por una repetición estilizada de actos. Más aún, el género, al ser instituido por la estilización del cuerpo, debe ser entendido como la manera mundana en que los gestos corporales, los movimientos y las normas de todo tipo, constituyen la ilusión de un yo generalizado permanente”.

Por lo tanto, el concepto género no solo se comprende como la clasificación binaria de los sexos, sino también, como los roles establecidos o atribuidos social y culturalmente a cada uno. “El género es un elemento constitutivo de las relaciones sociales basadas en las diferencias que distinguen los sexos y el género es una forma primaria de relaciones significantes de poder” (Scott; 1996: 23).

Asimismo, “el género no designa a un ser sustantivo, sino a un punto de unión de relativo entre conjuntos de relaciones culturales e históricas específicas” (Butler; 2007: 61). Es decir, el género marca patrones culturales establecidos por las sociedades y el tiempo. No podemos analizar la formación de las identidades dejando a un lado el género, puesto que es una categoría inicial para la formación de la identidad.

Se sabe que al nacer una persona lo primero que se define es el género, pero en segundo término, culturalmente se define la raza a la que pertenece. El tener la piel “blanca”, “morena”, “negra” o “pálida”, ayuda a la clasificación. Cada una tiene un valor jerárquico, donde la blanca ocupa la cúspide, seguida de la pálida, de rasgos orientales, la morena y al final la negra.

Se estableció como la segunda categoría de análisis la raza. Se habla de raza, no de una manera esencialista ni biologicista, sino performativa, es decir, producen ciertas prácticas de poder. De antemano se conoce que la utilización de la conceptualización raza queda desde algunas perspectivas obsoleto. Sin embargo, se utiliza el concepto puesto que los estudios culturales críticos lo reconocen en cuestión de poder.

Es decir, “el racismo es siempre históricamente específico, sean cuales sean las características comunes que pueda parecer compartir con otro fenómeno social similar. Aunque puede basarse en las huellas culturales e ideológicas depositadas en la sociedad por fases históricas previas, siempre asume formas específicas que surgen de condiciones y

una organización de la sociedad actuales —no pasadas—” (Hall 1978: 26). Por esto mismo, la categoría de raza en cuestión a racismo, se retoma para el análisis de las identidades, puesto que define ciertas prácticas de poder.

La clase social, es otra categoría importante para el análisis. Entendiendo la clase social desde una perspectiva marxista, que remarca la diferencia y el poder de una clase sobre otra.

Además, las clases sociales según Bourdieu, “proponen una diferenciación de clases atendiendo no únicamente a las propiedades o a las relaciones de producción, sino a la manera en que estas propiedades en relación conforman un habitus de clase determinado y cómo éste se sostiene con las prácticas de las que es producto” (1988).

Estos conceptos para el análisis (género, raza y clase) son sistemas simbólicos que estructuran a las diferentes sociedades y culturas, por esto mismo, se rescata la importancia de analizar las identidades socioculturales desde estas categorías. Todas estas etiquetas que nos distinguen entre sociedades, culturas, individuos, aportan significados identitarios, Butler (2008: 298) afirma que “el cuerpo termina portando significados culturales”.

La alfabetización crítica de la cultura de medios

Este concepto es manejado y utilizado por Kellner (1995: 2), desde los estudios culturales críticos, como *media literacy*, el autor menciona que es un importante recurso para las personas y los ciudadanos en el aprendizaje de cómo hacer frente a este entorno cultural promovido por los medios masivos. La traducción de *media literacy* se manejará, en este caso, como alfabetización crítica de la cultura de medios. Esta definición se relaciona con la propuesta por la UNESCO (2010) como alfabetización mediática.

En este orden de ideas, la UNESCO (2010) propone y enfatiza la importancia de una alfabetización mediática, pero advierte que, “...con los nuevos crecimientos de contenidos digitales en internet y la amplia disponibilidad de medios intercambiables y fáciles de reproducir que ofrecen nuevas posibilidades, también representan nuevos desafíos

para la diversidad cultural” (146). También argumenta la importancia de la influencia de los medios en las sociedades, por esto mismo, propone la alfabetización mediática como un medio o herramienta para re-significar la influencia.

Uno de los objetivos de la alfabetización informativa y mediática, según la UNESCO (2010), “...debe reconocerse como herramienta para el empoderamiento y la creación de capacidad en la producción de contenidos locales” (172).

Además, la UNESCO (2010: 155) reconoce que los estudios culturales, “son factor importante de las actividades de alfabetización mediática. Las audiencias activas pueden decodificar por su cuenta las representaciones problemáticas” (McLaren, Hammer, Sholle, Reilley, 1995).

La alfabetización mediática propone que se fomente en las personas la capacidad crítica, evitando una mirada hegemónica que discrimina o excluye a algunas culturas, donde se acepta los modos de vivir y consumo de una sola cultura.

Cuestiones metodológicas

Esta investigación analiza las representaciones socioculturales de clase, etnia y género en los medios utilizando principalmente los enfoques y las herramientas de corte cualitativo interpretativo propuestas por los estudios culturales críticos. El paradigma cualitativo propone “entender los fenómenos sociales desde la propia perspectiva del actor; además este paradigma produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (Taylor y Bogdan, 1990: 42). Como el objetivo de la investigación es analizar las representaciones socioculturales en los medios de comunicación desde los y las jóvenes, el paradigma cualitativo nos propone herramientas de análisis donde se rescate la participación activa de los y las participantes del estudio.

Asimismo, la investigación toma en cuenta las teorías feministas que plantean la necesidad de revalorar “el conocimiento situado y el punto de partida como pautas necesarias para co-construir la posibi-

lidad de una objetividad fuerte” (Haraway, 1992; Harding 2001). Para el análisis, se tomo la categoría de género como un eje organizador de los conocimientos y prácticas de la vida social. Por tanto, el estudio plantea analizar la relación entre las siguientes categorías: género, identidades culturales y representaciones sociales.

Para el análisis de las etapas de la investigación se tomaron en cuenta herramientas del análisis de discurso y de los estudios de audiencia. Es importante, tomar aspectos metodológicos del análisis del discurso, puesto que se trata de rescatar las significaciones textuales e icónicas de los personajes que crearon los y las estudiantes, además de revisar de qué manera los medios más utilizados por ellos/as aportan construcciones de sentido de la realidad.

El análisis del discurso permite “precisar más allá de las formas lingüísticas, la verdadera finalidad de un mensaje: hacer saber (información), hacer pensar (persuasión), hacer hacer (incitación), hacer saber-hacer (instrucción); especificar las variables socio-contextuales que rodean la situación de comunicación (“quien dice a quién”, “a propósito de qué”, “para decir qué” y “en qué circunstancia”) y evidenciar el proyecto de influencia en el que se encuentran comprometidos los interlocutores en el acto de comunicación “ (Molero de Cabeza, 2006:16).

Se utilizarán herramientas de los estudios de recepción, puesto que uno de los objetivos de la investigación es analizar el proceso de lectura y significación por parte de los y las estudiantes, a través, de los personajes creados. Para el análisis de recepción se utilizarán los tipos de lecturas que propone Stuart Hall.

Según Grimso (1999:18) Hall planteó que, frente a los discursos mediáticos, existen tres posiciones posibles de lectura definidas por la relación entre las estructuras de significación de la producción y de la recepción que a su vez se vinculan a posiciones sociales. Cuando hay coincidencia y aceptación, la lectura es dominante. Cuando hay cierta coincidencia con los significados preferentes propuestos pero el espectador necesita adaptarla localmente, las lecturas son negociadas. En cambio, cuando la posición social del espectador se vincula a un rechazo de significados, la lectura es oposicional.

Etapas del estudio

El estudio se realizó a partir de tres etapas:

- (1) diagnóstico de consumo de material de medios entre estudiantes a nivel de secundaria;
- (2) un análisis cualitativo de contenido del corpus de textos seleccionados
- (3) un análisis cualitativo de recepción o proceso de lectura y apropiación del contenido de los medios por parte de las/os estudiantes.

(1) Diagnóstico de consumo y preferencias

Para esta primera parte de la investigación, como herramienta se utilizó un cuestionario semi-estructurado para recolectar información o datos pertinentes a los hábitos de consumo de medios por parte de los y las participantes del estudio.

El cuestionario permitió establecer un panorama de contextualización económica, social y cultural de los y las estudiantes. Esta primera parte, arrojó información que ayudó en el análisis y comprensión de las dinámicas entre los y las estudiantes con los medios masivos de comunicación.

Con los resultados del cuestionario semi-estructurado se identificaron tres medios de comunicación que preferentemente utilizan los y las estudiantes como entretenimiento diario. La televisión, el internet y los videojuegos, son las formas más comunes de entretenimiento que utilizan. La televisión fue el medio que principalmente es utilizado por los y las estudiantes, los videojuegos en segundo lugar y el internet en tercera. Además, ayudo a identificar cuáles son las programaciones más vistas por jóvenes de esta edad.

(2) Lectoras/es como productoras/es

En esta etapa se utilizó la herramienta lectoras/es como productoras/es, esta herramienta fue diseñada por la doctora Clara Eugenia Rojas

Blanco durante la realización de su tesis de maestría, la cual lleva originalmente el nombre de lectores como productores.

Consiste en proponer a los y las participantes de la investigación la creación de algún material textual o icónico, que puedan proponer para cierto medio de comunicación. En el caso de la investigación, se pidió que crearan un personaje que pudieran proponer para su programa, telenovela, serie televisiva, videojuego, página de internet, grupo musical, etc. basado en el gusto o entretenimiento personal y cotidiano de cada estudiante. La única instrucción que se les dio fue que describieran al personaje física y emocionalmente. Cada estudiante se encargó de describir e incluso dibujar a su personaje.

(3) Análisis de textos elaborados por las y los estudiantes

Esta última etapa se utilizó para analizar los personajes creados en la etapa anterior. Se realizó una correlación entre los personajes y los cuadros de los medios más utilizados por los y las estudiantes (primera y segunda etapa del estudio), así mismo, se tomaron en cuenta las representaciones de género, raza y clase presentes en los personajes. Se analizaron desde la teoría Stuart Hall de los tipos de lecturas, que en el apartado de consideraciones teóricas se abarcó brevemente.

Entre los hallazgos más significativos, se encontró que los y las estudiantes son efectivamente audiencias activas en cuanto a la negociación de las representaciones sociales. Sin embargo, su marco epistémico se limita a las distintas programaciones que ofrecen la televisión o videojuegos, es decir, aunque los y las estudiantes negocian el contenido, dicha negociación se basa en las diferentes herramientas epistemológicas propuestas por los medios de comunicación que limitan las miradas hacia las distintas opciones culturales que existen.

En cuestión a las representaciones de género en los personajes, se atribuyen características y roles que se basan en las cuestiones de género y sexo. Por ejemplo, los personajes femeninos se caracterizaron por resaltar los roles de género atribuidos culturalmente a las mujeres como sensibilidad, amorosa, débil, comprensiva. A diferencia de los personajes masculinos, donde resaltaron las características como fuerte, héroe, jugador de algún deporte, o con poderes extraordinarios.

Los personajes están marcados por características raciales como color de piel y ojos, además se encontró el rechazo a ciertas características raciales que son atribuidas a las personas negras o morenas. También se encontró que se les atribuyen ciertos estereotipos por el color de piel, por ejemplo uno de los personajes es definido como un “cholo” y se le atribuyen características raciales de latinos, características encontradas en el personaje de videojuego San Andreas, famoso en jóvenes de esta edad.

En cuestión de la clase social, la mayoría de los personajes se pueden categorizar en la clase media, puesto que en algunos personajes se resalta qué tipo de ropa y calzado que pertenecen a cierta marca, y que no son accesibles en cuestiones de precios.

Entre otros hallazgos, se encontró la aparición de características que se le atribuyen a la cultura juvenil “emo” en los personajes, como por ejemplo el fleco, la vestimenta, los colores. Este hallazgo refuerza la propuesta de Hall en cuestión a la lectura negociada. La mayoría de los y las estudiantes crecieron mirando caricaturas o animes de origen japonés, y algunas características atribuidas a la cultura juvenil “emos” están relacionadas con los personajes de estas caricaturas o animes.

Actualmente, la televisión es vista como un símbolo de entretenimiento y placer cotidiano. Los medios masivos de comunicación se han convertido en las niñeras del entretenimiento, convirtiéndose en fuentes pedagógicas de ciertas normas y valores sociales y culturales. Por esto mismo, la importancia de la investigación de exponer, desde una manera contextualizada, la influencia de los medios masivos como herramientas pedagógicas y resaltar la importancia de una alfabetización crítica en los y las jóvenes que se encuentran en la formación de sus identidades.

A manera de cierre. Una mirada crítica a los medios desde la alfabetización crítica de la cultura de medios

La investigación realizada, permitió mostrar la importancia y relevancia del rol que tienen los medios masivos de comunicación como fuentes pedagógicas de las personas, en este caso, de los y las estudiantes.

Donde aportan elementos, desde la educación informal, que ayudan a la comprensión de la realidad. Por lo tanto, la cosmovisión del mundo o realidad está estrechamente relacionada con lo que los medios masivos de comunicación nos muestran como lo correcto, bueno, bonito, aceptable o no aceptable.

Durante el proceso de la investigación, se encontró que los contenidos de los medios de comunicación masiva, producen, definen y crean materiales que aportan a las identidades sociales y culturales. Las investigaciones sobre audiencias y cultura de medios, desde los estudios culturales críticos, ya habían evidenciado esta problematización. Sin embargo, Giroux (1994:1) menciona que “los teóricos educacionales demuestran tan poco interés en los estudios culturales como los dedicados a los estudios culturales en las teorías de escolarización y pedagogía”.

La aportación de esta investigación, en primera estancia era mostrar esta problematización de los contenidos mediáticos, pero de una manera contextualizada. Así mismo, el objetivo final es documentar para exponer la importancia de una alfabetización mediática en el nivel de secundaria.

La UNESCO (2010:148) afirma que “para contrarrestar los efectos desfavorables de la nueva economía de la ‘orientación cultural’ es necesario promover las iniciativas de alfabetización mediática digital, teniendo particularmente en cuenta la necesidad de proporcionar al público los instrumentos que necesita y mantener la distancia crítica para utilizar de manera más eficaz los motores de búsqueda”. Así el aprendizaje de esa distancia crítica requiere de nuevas pedagogías.

Dentro del proceso educativo formal, el objetivo de la secundaria pública, según el plan de estudios de la SEP (Secretaría de Educación Pública) (2006) es “la adquisición de los conocimientos, el desarrollo de habilidades, así como las construcción de valores y actitudes; es decir, la formación en las competencias propuestas por el currículo común, a partir del contexto nacional pluricultural y de la especificidad de cada contexto regional, estatal y comunitario”. Asimismo, afirma que “las necesidades de aprendizaje se relacionan con la capacidad de

reflexión y el análisis crítico; la producción y el intercambio de conocimientos a través de diversos medios...” (8).

Se reconoce la importancia de formar una actitud crítica en los y las jóvenes, además menciona que “la secundaria incorpora temas, contenidos o aspectos particulares relativos a la diversidad cultural y lingüística de nuestro país” (SEP,2006:19). Según Giroux, (1994:2):

[...] históricamente las escuelas han sido organizadas alrededor de materias tradicionales basados en estudios (educación matemática) o en categorías disciplinares / administrativas (currículo e instrucción). Dentro de este tipo de división del trabajo, los estudiantes generalmente han tenido pocas oportunidades para estudiar temas sociales más amplios. Esta adhesión servil a estructurar el currículo alrededor de materias centralmente disciplinares está reñida con el campo de los estudios culturales cuyas energías teóricas están focalizadas en los asuntos interdisciplinarios, como la textualidad y representaciones refractadas de la dinámica de los géneros, la sexualidad, la subordinación de la juventud, la identidad nacional, el colonialismo, la raza, el etnicismo, y la cultura popular.

Por su parte, la SEP (2006:21) reconoce que existen contenidos o temas transversales que se abordan en varias asignaturas la educación ambiental, la formación en valores y educación sexual y equidad de género. Con lo expuesto durante la investigación, se abordó que los medios de comunicación reproducen y forman valores, en los cuales se puede integrar estos tres temas transversales que maneja el plan de estudios de la SEP. Por lo tanto, es importante que se adhiera la alfabetización mediática, puesto que aportaría lineamientos para la comprensión y ejercicio de la actividad crítica en estos temas, no sólo dentro de la escuela, también en las dinámicas diarias que se dan fuera de la escuela.

Sin embargo, en la educación formal, los medios masivos de comunicación se ven como herramientas o recursos tecnológicos didácticos, es decir, se utilizan como objetos que pueden ser de uso para ciertos

temas, utilizando por ejemplo un video que se encontró en You tube. Giroux (1996:3) afirma que:

[E]n el próximo siglo, los educadores no podrán ignorar la dura cuestión que las escuelas tendrán que enfrentar respecto a temas de multiculturalismo, raza, identidad, poder, conocimiento, ética y trabajo. Estos temas tendrán un mayor rol en definir el significado de la escolarización, la relación entre estudiantes y maestros, y el contenido crítico del intercambio en término de cómo vivir en un mundo que estará vastamente globalizado, altamente tecnologizado, y será más racialmente diverso que en otro momento de la historia. Los estudios culturales ofrecen posibilidades enormes para los educadores de repensar la naturaleza de la teoría y práctica educacional, así como lo que significa el educar a los futuros maestros del siglo veinte.

En este punto, Giroux menciona la importancia de las investigaciones desde los estudios culturales críticos, como herramientas epistemológicas para la transformación o resignificación de la educación formal, que aporte elementos constitutivos para la vida cotidiana de sus estudiantes.

La UNESCO (2010:172) menciona que “para la ejecución de programas de alfabetización mediática, no se debe limitar a la enseñanza de los niños, debe ponerse también a la disposición de la comunidad en general y especialmente de los profesionales de los medios de educación y estudiantes universitarios” (UNESCO,2010:172).

Para la inclusión de una alfabetización mediática en la secundaria, es importante que primeramente exista una preparación docente, se puede aplicar desde el inicio de la formación, o como actualización para los y las que se encuentran en el campo de trabajo.

Es importante que los y las jóvenes aprendan a leer críticamente los contenidos de medios, no se trata de eliminar o cambiar a los medios y sus contenidos, puesto que sería una tarea imposible de realizar. Se trata de intentar que los y las jóvenes expuestos a esta gran diversidad de medios masivos, que en su mayoría son utilizados como factores de entretenimiento y placer, tengan una actitud crítica y activa ante

éstos. Para ello, y en función de los hallazgos de esta investigación se propone la inclusión de cursos o talleres de alfabetización crítica de la cultura de medios en la currícula de la escuela pública, en este caso la secundaria. La propuesta es exponer la importancia de la alfabetización crítica de medios, que aporte un cambio en las políticas públicas educativas directa o indirectamente relacionadas con la prevención de la discriminación de género, clase, raza, región, habilidad, entre otras posiciones sociales y culturalmente construidas y reforzadas por relaciones de poder. Esto puede ser trabajado desde el modelo pedagógico que se está trabajando actualmente en secundaria, el modelo por competencias. La alfabetización crítica de medios puede ser trabajada como una competencia genérica, puesto que no solo aporta a la vida cotidiana de las personas, también a los ámbitos escolares y profesionales.

Referencias

- Barker, Chris (2008). *Cultural studies. Theory & practice*. Third edition. SAGE publications Ltd. London
- Luke, Carmen (1999). *Feminismos y pedagogías en la vida cotidiana*. Editorial Morata. Madrid
- Butler, Judith (2008). *Actos performativos y constitución de género. Un ensayo sobre la fenomenología y la teoría feminista*. Consultado en: <http://caosmosis.acracia.net/wp-content/uploads/2008/07/judith-butler-actos-performativos-y-constitucion-de-genero.pdf>
- Butler, Judith (2007). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona.
- Chartier, Roger (1994). "*Cultura popular*": *retorno a un concepto historiográfico*. Número 12. [Recuperado el 22 de marzo del 2009]. Consultado en: <http://www.raco.cat/index.php/Manuscripts/article/view/23234/92462>
- Eagleton, Terry (2001). *La idea de Cultura. Una mirada política sobre los conflictos culturales*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona.
- Eco Umberto (1973). *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Editorial Lumen. Barcelona

- Garay Cruz, Luz María (2006). "Qué ha cambiado y qué sigue igual? Reflexiones sobre el concepto de audiencia mediática". *Revista digital universitaria*. 10 de junio 2006. Volumen 7 Número 6. Consultado en: http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art44/jun_art44.pdf
- Giroux, Henry (1994). "Estudios culturales: juventud y el desafío de la pedagogía". *Harvard Educational Review* 64:3 –Fall 1994, pp. 278-308.
- Grimso, Alejandro y Varela, Mirta (1999). *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Eudeba. Buenos Aires
- Hall Stuart (1980). "Cultural Studies: two paradigms". *Culture and Society*. Núm 2, London, pp. 57-72. Traducción al castellano en: Mirko Lauer. Estudios culturales: dos paradigmas. *Revista "Causas y azares"*, *Hueso húmero*, nº 19. Lima, 1984.
- Hall, Stuart (1980). *Codificar y decodificar en Culture, Media y Lenguaje*. Londres: Hutchinson. Versión electrónica: <http://caosmosis.acracia.net/?p=332>
- Hall, Stuart (1997) *Representation: cultural representation and signifying practices*, London, Sage/Open University.
- Kellner Douglas (1995). Cultural Studies. Multiculturalism and Media Culture. En Dines, Gail; Humez, Jean (Ed). *Gener, Race and class in media*. SAGE publications. Thousand, California.
- Kellner, Douglas (1995). *Media cultura: cultura studies, identity, and politics between the modern and the postmodern*. Taylor & Francis Group. New York
- Miller, Daniel (1997). "Consumption and its consequences". En Hugh Mackay (editor) *Consumption and every life*. SAGE publications. London.
- Molero de Cabeza Lourdes y López María del Pilar. *El análisis del discurso en las Ciencias Humanas y Sociales*. 2006. Universidad del Zulia. Ediciones Astro Data S. A. Maracaibo, Venezuela
- Nieto López, Judith (2006). *Algunos alcances del concepto de representación*. *Anaquel*. 16, 134. Recuperado el 22 de marzo del 2009.
- Norbert, Elias (1990). *Compromiso y distanciamiento*. Ediciones Península. Barcelona.

- Plaza, Juan (2003). *Modelos de varón y mujer en las revistas femeninas para adolescente, la representación de los famosos*. Editorial Fundamentos, Madrid.
- Quirós, Fernando (2004). Los estudios culturales. De críticos a vecinos del funcionalismo. consultado en: http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/quiros01.pdf
- Raimond Williams (1976). Keywords Fontana, Great Britain, entrada: "Culture". Págs. 76-82. Traducido por Tomás Austin M. (1990) versión electrónica: http://www.antroposmoderno.com/antro-articulo.php?id_articulo=384
- Reynoso, Carlos (2000). Apogeo y decadencia de los estudios culturales. Una visión antropológica. Editorial Gedisa. Barcelona, España.
- Rojas Blanco, Clara Eugenia (2010). Discursos fronterizos de la cultura popular. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez. Ciudad Juárez, Chihuahua.
- Sampedro, Victor Francisco (2003). *La pantalla de las identidades: medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*. Icaria. Barcelona.
- Sardar, Ziauddin y Van Loon Borin (1998). Intriducing cultural studies. Totems books. New York, NY
- Scott, Joan W. El género: una categoría útil para el análisis histórico. Consultado en: http://scholar.google.com.mx/scholar?q=El+g%C3%A9nero%3A+una+categor%C3%ADa+%C3%BAtil+para+el+an%C3%A1lisis+hist%C3%B3rico+%2B&btnG=&hl=es&as_sdt=0%2C5
- Stevenson Nick (1995). *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Amorrortu editores. Argentina
- UNESCO (2010). Informe mundial de UNESCO. Invertir en la diversidad cultural y el diálogo intercultural. Publicado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Francia
- Urteaga Castro, Maritza (1998). *Por los territorios del rock. Identidades juveniles y rock mexicano*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México

- Valenzuela Arce, José Manuel (2003). *Los estudios culturales en México*. Editorial Fondo de Cultura Económica, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México.
- Van Dijk Teun A. (1999). *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*.
- Zubieta, Ana María (2000). *Cultura popular y cultura de masas. Conceptos, recorridos y polémicas*. Paidós. Argentina.