

La Educación en Medios en la escuela rural

**Roxana Morduchowicz
Buenos Aires (Argentina)**

Frente a las visiones más frecuentes del impacto negativo que la televisión tiene en los niños y jóvenes, la autora plantea un universo investigativo donde la televisión tiene una clara influencia positiva, que demanda el uso de los medios en las aulas. En el contexto de escuelas rurales, situadas en zonas de economía de subsistencia de Argentina, donde el aislamiento y las carencias más elementales saltan a la vista, la autora apuesta por el efecto positivo de los medios como instrumento de enriquecimiento cultural y social.

Uno de los primeros argumentos que solemos utilizar para proponer la necesidad de una Educación en Medios desde la escuela es el gran caudal de información que los chicos y jóvenes reciben fuera de la escuela.

En la Argentina, por ejemplo, un niño en edad escolar pasa casi cuatro horas frente al televisor por día. En un año está 1.000 horas en clase y 1.400 frente a la televisión. Dicho de otra manera, un chico argentino de promedio comparte 400 horas más con la televisión que en compañía de su maestro en el aula. Esta presencia de los medios de comunicación en la vida cotidiana de los chicos, aunque no como única razón, nos obliga a tenerlos en cuenta. Porque son sin duda un factor determinante en el proceso de adquisición y transmisión de conocimientos (Fontcuberta, 1992).

Sin embargo, en la escuela rural –objeto de nuestro estudio– los fundamentos que sostienen una Educación en Medios no pueden ser los mismos que para sus pares urbanas. El aislamiento y el escaso (y nulo) acceso a los medios de comunicación, determinan que no podamos esgrimir la presencia de la televisión en la cotidianidad de los chicos, como la primer razón para esta formación.

Para fundamentar por qué las escuelas rurales deben integrar –quizás incluso con mayor urgencia que las urbanas– una Educación en Medios, decidimos conocer primero quién es esta población rural. En su especificidad reside gran parte de la esencia de esta formación. Recurrimos para esta caracterización a los alumnos y docentes de la Puna Argentina.

1. La zona

La región de nuestro estudio se ubica en una zona rural del noroeste argentino, en la provincia de Jujuy (límite con Bolivia), denominada la Puna. Tiene un clima desértico, con temperaturas bajo cero y fuertes vientos. Las poblaciones (en su mayoría indígenas y descendientes de bolivianos) son muy pequeñas y dispersas, instaladas centralmente entre los cerros de esta zona montañosa. Este factor determina que muchas de las escuelas de la región funcionen como albergues. Para llegar a sus casas (los fines de semana o cada quince días) muchos niños deben caminar hasta 40 kilómetros entre los cerros.

La economía de las familias está basada en la cría de ganado (ovejas, cabras, llamas y vicuñas). En virtud de que no hay plantas ni arbustos (dado el clima desértico del que hablábamos) tampoco hay verduras. La alimentación básica de estos chicos es la carne en una economía de subsistencia.

Nuestro análisis incluyó diez escuelas primarias de esta zona: 109 docentes y 1.264 alumnos. Un promedio de cien chicos por establecimiento, si bien algunos colegios no tienen más de 40 estudiantes.

Las diez escuelas son establecimientos de escasos recursos. La mayoría de los docentes son de la zona (han nacido y vivido en la Puna desde siempre) y aquéllos que no (muy pocos), regresan a su lugar de origen cada quince días (ciudades vecinas a la Puna, de similares características que los pueblos rurales de estas escuelas).

Si bien son descendientes de indígenas, los chicos de esta zona hablan español y cursan sus estudios en este idioma. De cualquier

manera, es necesario destacar su limitado vocabulario y sus grandes dificultades expresivas. El silencio de la Puna y el tipo de trabajo que realizan (pastoreo) no motivan su necesidad de comunicación.

Estos chicos pasan muchas horas solos, cuidando ovejas y cabras, sin hablar con nadie.

2. La población

Las condiciones y forma de vida, intereses, preocupaciones y expectativas de estos chicos son la base que fundamenta nuestra propuesta de una Educación en Medios para las escuelas rurales. Veamos por qué.

La radio, como es de suponer, es el medio de mayor presencia en su vida diaria. La televisión, en cambio, falta en la mitad de las casas. Los chicos que ven televisión, no lo hacen por más de una o dos horas por día (recordemos las cuatro horas frente a la pantalla de un niño argentino medio).

El periódico, las revistas, el vídeo, el cine y la *computadora* están prácticamente ausentes de su cotidianidad. Dos tercios no saben lo que es un cine y casi nadie vio una *computadora* alguna vez.

Las actividades de estos chicos, por lo tanto, son muy distintas a las que desarrollan sus pares de la ciudad. Ver televisión (número uno de las acciones en el mundo de un niño urbano) ocupa aquí el cuarto lugar de las preferencias infantiles. Antes que ella, los chicos prefieren escuchar música de la radio y leer. Por eso, entre sus temas de conversación, los programas televisivos no ocupan el lugar destacado que tienen para los chicos de la ciudad.

Cuando hablan de lo que les gustaría hacer, «viajar» es uno de sus máximos deseos.

En la Argentina, por ejemplo, un niño en edad escolar pasa casi cuatro horas frente al televisor por día. En un año está 1.000 horas en clase y 1.400 frente a la televisión. Dicho de otra manera, un chico argentino de promedio comparte 400 horas más con la televisión que en compañía de su maestro en el aula.

Salir de la ruralidad y superar el aislamiento es su máxima aspiración. Por eso, a prácticamente todos les gustaría irse de su pueblo en el futuro. Distribuidos entre la capital de la provincia y Buenos Aires (la capital argentina), sólo un 10% se quedaría donde vive «cuando sea grande».

El aislamiento se refleja también en el ínfimo número de niños que ha visitado alguna vez la capital provincial. Más aun, menos del 30% conoce Humahuaca, el pueblo cabecera de la Puna, con 6.000 habitantes.

Estos chicos piensan y desean un pueblo más parecido a una ciudad. Lo que más quisieran es que el lugar donde viven se convierta en una ciudad, con todo lo que imaginan que ella tiene. «Más negocios, supermercados, más gente, edificios, fábricas, centros de salud, buses, autos, calles de cemento, semáforos», fueron las principales respuestas. No faltó un 15% que pidió «televisión, más radios y computadoras». Un 10% reclamó «luz todo el día».

«¿Qué te gustaría ser cuando seas grande?». La mayoría eligió oficios: carpintero, mecánico, hilandera, albañil y peluquera fueron las ocupaciones más mencionadas. «Maestro» recibió un lugar importante en sus preferencias.

Los chicos rurales hablan poco con su familia, mucho menos que sus pares de la ciudad. El largo tiempo que pasan solos pastando con sus animales incide fuertemente sobre su comunicación interpersonal.

Este aislamiento no afecta, sin embargo, su conciencia y sensibilidad por los problemas sociales. A diferencia de los chicos urbanos,

cuando hablan de aquello que les preocupa, rara vez aparecen problemas centrados en ellos mismos («no pasar de grado», «no sacar buenas notas», etc.).

Mencionan, en cambio, y casi exclusivamente, problemas sociales que ciertamente repercuten en sus familias y que son extensibles a toda la sociedad. Urgencias básicas (carencias, en la mayoría de los casos) en torno a problemas económico-sociales: «falta de trabajo, que no paguen bien la carne de llama, que cierre el ferrocarril, que cierren la escuela, que no haya agua, que falten animales, que no haya luz todo el día...».

Los chicos rurales, por último, tienen una alta valoración por la educación. Casi todos consideran que lo que aprenden en la escuela es importante. Y si tuvieran mucho dinero, la primera opción para ellos sería «seguir estudiando» (la elige el 70% de los chicos). «Comprarme cosas» (una de las primeras opciones para los chicos de la ciudad) reunió un 25% de las respuestas entre los chicos de la Puna.

La población rural —como vimos— tiene características que le son propias: el aislamiento, el escaso acceso a los medios de comunicación, las dificultades en las competencias comunicacionales y la presencia constante de los problemas sociales como preocupación de los chicos.

Estas especificidades son las que, precisamente, fundamentan la Educación en

Medios de Comunicación que proponemos para las escuelas rurales. Con la misma urgencia que para las urbanas. Y por motivos que les son propios.

Por eso sostenemos que una Educación en Medios en escuelas rurales significa la posibilidad de contribuir con una distribución más justa y equitativa del conocimiento a través del acceso y el análisis de diferentes fuentes de información. Superar el aislamiento, la ausencia y la inaccesibilidad, son las primeras razones, por lo tanto, en la fundamentación de esta formación.

3. El valor de los medios

Pese al escaso acceso a los medios de comunicación que tienen los chicos de escuelas rurales, nos interesó analizar especialmente la incidencia de la televisión entre quienes tenían un contacto cotidiano con ella. La mitad de los niños de la Puna ve televisión al menos una hora por día.

¿Cuál es la incidencia de este visionado? A diferencia de lo que sucede con los chicos de la ciudad, la televisión cumple en esta zona, una función *compensatoria* esencial. De tal manera que la incidencia positiva de la televisión sobre los chicos es mucho más evidente que para sus pares de la ciudad.

Analizando el 50% de los niños de la Puna que ven televisión diariamente, podemos decir que la pantalla chica influye positivamente sobre no pocas dimensiones. Los chicos que ven televisión *leen más* fuera de la escuela (55% frente al 40% de quienes no ven televisión). También aseguran *hablar más* con sus familias y amigos que quienes no ven (95% frente al 85%). Ver televisión, por lo tanto, incide positivamente sobre la comunicación interpersonal de los chicos. Y entre sus temas de conversación, además de la escuela, los que ven televisión son también quienes más frecuentemente hablan de los *problemas sociales*.

Quienes ven televisión, además, disfrutan más la escuela (84% frente al 75%) y afirman que, de tener mucha plata, en el futuro quisieran «seguir estudiando».

Ver televisión está relacionado, por lo tanto, con el interés por aprender y estudiar. Posiblemente, por ello, quienes ven televisión registraron el número más elevado de «maestros» cuando se les pregunta qué les gustaría ser de grandes (recordemos que «maestro» es la ocupación de mayor calificación que eligen estos chicos).

Ver televisión está positivamente relacionado con un mayor reconocimiento de los medios. Los chicos que ven televisión identifican mucho más las noticias periodísticas en la pantalla y tienen más en claro lo que pueden

encontrar en un diario (62% frente a un 50%).

La mitad que ve televisión, finalmente, es la que más buscaría posibilidades de futuro fuera del lugar donde vive, especialmente en la capital argentina (Buenos Aires) de quien tienen una imagen altamente positiva. En relación con la pregunta «¿dónde te gustaría vivir cuando seas grande?», quienes ven televisión eligen Buenos Aires y superan el porcentaje de la media.

En suma, la incidencia de los medios de comunicación (especialmente de la televisión) sobre los chicos rurales es positiva en relación con la lectura, la comunicación interpersonal; la sensibilidad social; el interés por el estudio y la calificación ocupacional; el reconocimiento de los medios y la necesidad de salir y superar los límites que supone el pueblo donde viven.

Estas dimensiones se potencian unas a otras. A partir de ello, podríamos pensar que profundizando el acceso, contacto, relación, conocimiento y análisis de los medios de comunicación en la escuela rural, fortalecemos la lectura, la comunicación, la sensibilidad social y las inquietudes educativas de los chicos puneños.

La especificidad de la zona rural –de la que hablamos anteriormente– y la altamente positiva incidencia de los medios en diversas esferas y expectativas de la vida de estos chicos, constituyen la fundamentación de la Educación en Medios que proponemos. Veamos, ahora, cuáles son estos argumentos.

4. Fundamentos

En la Puna Jujeña, el lugar que ocupan los medios de comunicación es muy escaso. La radio –emisora nacional con un solo canal público de televisión– y una vez por semana el diario, son los medios que llegan a esta zona.

Menos de la mitad de los hogares tienen televisión. Para ver algún programa (una actividad no demasiada central en la cotidianidad de esta población), los habitantes se reúnen en algún espacio público (bares o modestos restaurantes).

Una Educación en Medios, en este contexto, debía fundamentarse con otros argumentos. La ausencia (en lugar de la presencia); el aislamiento (en lugar de la globalización); la falta de acceso (en lugar de la sobresaturación) y el silencio rural (en lugar de la comunicación urbana).

5. Las razones

5.1. Una distribución más justa

La información es un bien social que coloca a quien la posee en un lugar de privilegio respecto de quien se mantiene al margen de ella. Un cierto nivel de información es una condición necesaria para desarrollar una mejor comprensión de la realidad social. Los medios de comunicación, a través de la información que vehiculizan, orientan a las personas en su conocimiento de la realidad, y en su participación social.

En las sociedades latinoamericanas, sin embargo, existe un fuerte desequilibrio en la circulación y distribución de la información. Un sector de la población tiene a su alcance los recursos necesarios para acceder a todos los medios: radio, revistas, televisión, etc. abierta, por cable, *videocassetera* y diarios. En el otro extremo, una importante mayoría está limitada a la televisión abierta y a la radio exclusivamente.

Este fenómeno, por el cual algunos tienen mayor acceso a esta información que otros, produce una segmentación en la sociedad. Un sector de la población está separado del otro, por una barrera cultural, que a su vez trae consigo otras barreras y desigualdades.

Hay quienes, por lo tanto, tienen más acceso que otros a una información socialmente significativa, como es la que transmiten los

medios de comunicación, una información de actualidad, saberes vinculados a la práctica social, información de la vida cotidiana. En suma, aprendizajes que permiten al individuo analizar la realidad social, de modo que le posibilite una mejor inserción, orientación y ubicación en la comunidad.

La gravedad de esta situación reside en que esta desigualdad en el acceso a la información tiende a consolidar las crecientes diferencias que existen en materia de ingresos, de oportunidades educacionales y de participación en la sociedad.

En este sector, de escaso acceso a la información de los medios, se ubica la población rural. La relación de estos chicos con la información se construye a través del docente, de algún libro de texto y, sólo para la mitad de ellos, también a través de un único canal de televisión.

La escuela –creemos– puede (y debe) ser un agente para la mejor distribución de la información, de manera que ayude a superar las grandes desigualdades en el acceso al conocimiento que sufren los sectores de menos recursos en la sociedad.

Por eso sostenemos que una Educación en Medios en escuelas rurales significa la posibilidad de contribuir con una distribución más justa y equitativa del conocimiento a través del acceso y el análisis de diferentes fuentes de información. Superar el aislamiento, la ausencia y la in-

accesibilidad, son las primeras razones, por lo tanto, en la fundamentación de esta formación.

5.2. La representación

El conocimiento se ve mediatizado por los medios. Casi todo lo que conocemos del mun-

Integrar el análisis de los medios en las escuelas rurales supone recuperar saberes cotidianos que los chicos ya poseen, para ampliar su horizonte al conocimiento de contextos diferentes (más lejanos en geografía, pero que también integran su propia realidad).

do proviene de los medios, que nos transmiten una imagen del universo, a partir de la cual cada uno de nosotros construye la propia.

Un conocimiento profundo de la manera en que los medios representan la realidad, orienta nuestra percepción del mundo. Sólo preguntándonos respecto de la forma en que los medios producen significados, podremos comprender la manera en que nos representan (o no nos representan) y el modo en que modifican nuestras percepciones.

Una Educación en Medios, entonces, se centra en analizar la manera en que el mundo es representado y mediatizado. Es una pregunta constante para comprender la manera en que damos sentido al mundo y el modo en que otros (los medios), le dan sentido para nosotros (Ferguson, 1994).

En la escuela rural, esta formación supone enseñar a analizar qué mundo representan los medios de comunicación, de qué manera aparece la población rural en ese universo, qué imagen de la ruralidad reciben los urbanos (a partir de lo que representan los medios) y qué imagen de la ciudad, la provincia y el país, reciben ellos, habitantes rurales.

Descubrir su propia identidad (rural) y la del otro (urbano) a través de los medios: he aquí un nuevo argumento para una Educación en Medios en las escuelas rurales.

5.3. *La agenda de los medios*

Los medios de comunicación hacen algo más que proporcionarnos información sobre la ciudad, el país y el mundo. En cada hecho que convierten en noticia, señalan lo que es importante. Del mismo modo que, en cada hecho que no reflejan, en lo que omiten e ignoran, indican lo que es trivial, lo que no existe. Por eso son la *agenda pública* de la sociedad. Porque definen los temas sobre los cuales posiblemente hable y debata la gente.

El mundo rural rara vez forma parte de la agenda mediática. Sus problemas, preocupaciones, intereses, población y cotidianidad no son objeto del debate social.

Una Educación en Medios en estas escue-

las supone para los chicos la identificación del lugar que la ruralidad ocupa en los medios, y el cuestionamiento a este espacio. Enseñar a debatir las prioridades temáticas de los medios, para aprender a demandar una mejor calidad de información. Una información que también los incluya a ellos en la agenda social.

5.4. *Sentido de pertenencia regional*

Los chicos de la Puna reconocen los problemas sociales que más los afectan:

«Lo más grave es que los padres no tienen trabajo. Se van del pueblo a buscar uno y dejan solos a los hermanitos.» (4° grado).

«Mi papá es un desocupado. Busca trabajo y no encuentra. Camina más de seis horas para llegar a la ciudad más cercana para buscar trabajo» (4° grado).

«Los zafreros que todos los años iban a trabajar junto con su familia a la provincia de Salta, este año no van a poder. Es que en Salta están usando máquinas para la cosecha y ya no necesitan tanta gente. Los zafreros están muy preocupados porque no pueden conseguir el pan para sus hijos» (6° grado).

La desocupación, el bajo precio de la carne de oveja, la falta de medicamentos y de un centro de salud adecuado, son algunas de las preocupaciones que los chicos rurales suelen mencionar. El aislamiento en que viven, sin embargo, no les permite encontrar una relación entre lo que les preocupa a ellos y la situación general de la provincia. Los chicos viven sus problemas sociales *descontextualizados* de la realidad regional.

Una Educación en Medios en escuelas rurales que enseñe a analizar y debatir la *agenda pública*, permite que los alumnos inserten sus preocupaciones en el marco de una situación provincial. Superar la descontextualización y el aislamiento significa entender su problemática dentro de una problemática más amplia, que los incluye y afecta diariamente. Significa, por lo tanto, promover un sentido de pertenencia regional a partir de la identificación de sus propios problemas y del cuestionamiento de su representación en los medios.

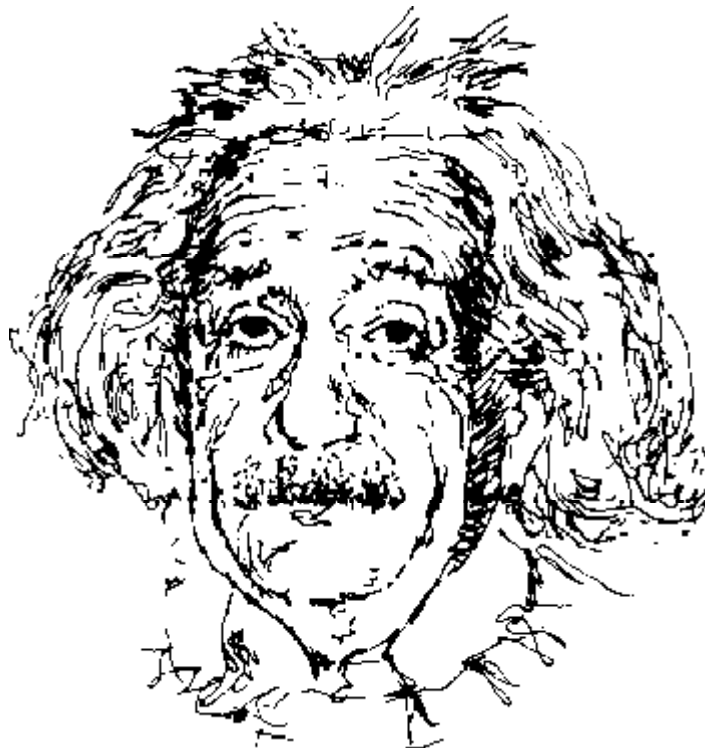
6. En suma...

Los cuatro motivos que señalamos fundamentan la formación en medios en la escuela rural. La distribución más equitativa de la información y el conocimiento entre sectores que menos *acceso* a ellos tienen, el análisis de las *representaciones mediáticas*, la identificación de sí mismos en ese mundo de representaciones y la explicitación de las prioridades que integran la *agenda* de los medios (en la que ellos escasamente figuran) y la *pertenencia regional* son los fundamentos que sustentan nuestra propuesta de una Educación en Medios para estos sectores.

Integrar el análisis de los medios en las escuelas rurales supone recuperar saberes cotidianos que los chicos ya poseen, para ampliar

su horizonte al conocimiento de contextos diferentes (más lejanos en geografía, pero que también integran su propia realidad). Supone integrar a estos chicos a una realidad provincial y regional, a través del debate y análisis de la representación que los temas sociales tienen en los medios. Supone una manera de superar el aislamiento, aprendiendo a descubrir la relación entre lo que les preocupa a ellos, a la provincia y lo que proponen los medios. Supone, finalmente, profundizar y fortalecer sus capacidades expresivas y de comunicación, para aprender a observar, analizar, argumentar y participar, demandando –como dijimos– una mejor calidad de información, que los incluya, y debatiendo los problemas sociales que también a ellos les afectan.

• *Roxana Morduchowicz es profesora en Comunicación y Educación en la Universidad de Buenos Aires y directora del Programa de Medios y Educación en Argentina (ADIRA).*



© Enrique Martínez-Salanova '98 para COMUNICAR