

- **Patricia Elizabeth Cortés Gordillo** Diplôme d'Etudes Approfondies en Communication en l'Université catholique de Louvain, Doctora en Información y Comunicación (UCL, Bélgica)..

«Es importante tomar en cuenta las dimensiones educativa, comunicacional y antropológica-filosófica en la perspectiva del pensamiento crítico y la relación dialógica»

LA RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS EN LA SOCIALIZACIÓN Y LA EDUCACIÓN



Aularia
Redacción
info@aularia.org



■ **Patricia Cortes**

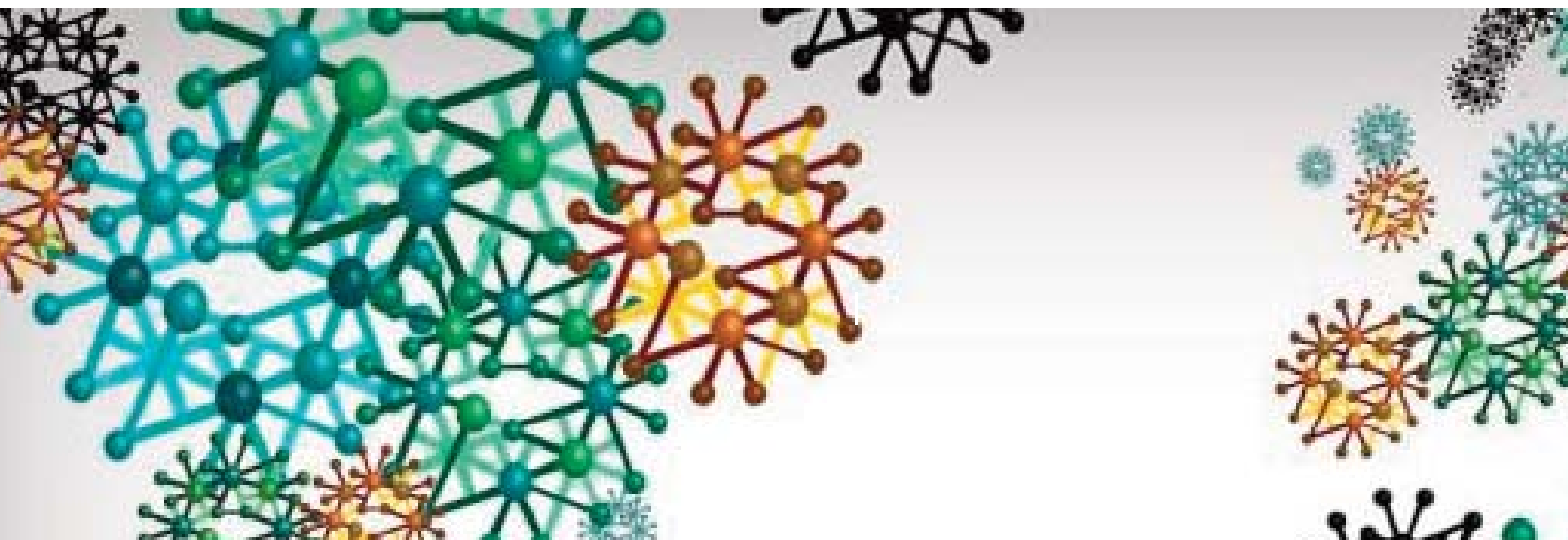
La responsabilidad de los medios de comunicación en la socialización, sobre todo de los que se dejan acompañar por las nuevas tecnologías, y sobre todo la televisión, es inmensa. Nadie duda de las responsabilidades legales, amparadas por legislaciones internacionales y de los países, que tiene que ver con la publicidad, con los derechos humanos, en ocasiones con los horarios de difusión y con los contenidos. Poco se habla de las responsabilidades socializadoras y responsabilidad educadora de los medios..

Para conocer un poco mejor opiniones y experiencias sobre la responsabilidad de los medios en la socialización y la educación, **Aularia** entrevista en este volumen a la Dra. Patricia Elizabeth Cortés Gordillo, que nació el 6 de enero de 1966 en La Paz (Bolivia). Licenciatura en Comunicación Social en la Universidad Católica Boliviana de La Paz. Especialidades en Radio Educativa (Radio Deutsche Welle, Radio Nederland – ICER, Radio Ile de France). Maestría en Antropología Filosófica en la Universidad Católica Boliviana de Cochabamba. Diplôme d'Etudes Approfondies en Communication en l'Université catholique de Louvain (UCL, Bélgica). Doctora en Información y Comunicación (UCL, Bélgica). Post-doctorado en Teología (Cinéma & Spiritualité – UCL, Bélgica). Investiga de forma experimental con grupos dialógicos y no dialógicos sobre la educación en medios en las dimensiones: comunicativa (diálogo), educativa (descentración cognitiva, pensamiento crítico y representaciones mentales) y antropológica-filosófica (cine y espiritualidad). Profesora e investigadora universitaria y militante por una apropiación crítica, creativa y responsable de las TIC. Presidenta de Aglow International en Bolivia, organización cristiana que, entre otros, colabora con la prevención del SIDA, la trata y tráfico de personas, y aplica programas de comunicación educativa con niños en abandono y jóvenes infractores. Email: pattyradio@yahoo.com

La entrevista la ha realizado Enrique Martínez-Salanova Sánchez, director de **Aularia**.

Las preguntas que se han hecho a la Doctora Patricia Cortés: ¿Que responsabilidad deben asumir los medios de comunicación de masas como elementos socializadores y educadores? ¿Hasta qué punto los responsables de la comunicación están al servicio del desarrollo de la sociedad y de su cultura? Las empresas televisivas, de radio o de prensa, y las productoras cinematográficas, cuánto influyen en la cultura, en los valores y en los comportamientos de los ciudadanos? Cuánto de control o de autocontrol deben tener las empresas de comunicación y las productoras cinematográficas y quién debe proporcionarlo? ¿Se puede extender y cómo la responsabilidad socializador a las redes telemáticas? ¿Son de alguna forma responsables los medios de adquirir el compromiso de levantar al ciudadano de su apatía, proponiendo y sugiriendo actitudes activas y participativas? ¿Cómo pueden los medios ayudar para crear con el espectador-cliente-usuario o lector, un sistema educ comunicativo, una reflexión crítica y una respuesta activa? ¿Qué medio o medios, prensa, televisión, cine, redes sociales u otros, tiene mayor influencia en los cambios sociales? ¿Qué estrategias deben seguir los ciudadanos para pedir o exigir a los medios que ejerzan una labor participativa, social, o educativa? ¿Hasta dónde puede o debe llegar la responsabilidad de los gobiernos en el control de los medios de comunicación? ¿sí o no? ¿Se quebranta la libertad de expresión? ¿Cómo pueden los ciudadanos, la familia, la escuela, las asociaciones civiles, participar en los contenidos de los medios y ejercer su responsabilidad crítica y ciudadana?

“ la responsabilidad educativa y socializadora de los medios parte de una reflexión profunda y de una acción coherente y responsable



1. ¿Qué responsabilidad deben asumir los medios de comunicación de masas como elementos socializadores y educadores?



Los medios de comunicación de masas son los grandes mediadores en la percepción e interpretación de la realidad. El problema consiste en que los medios sólo permiten una «re-presentación de la realidad» (Masterman, 1994), de donde se pueden generar distorsiones a todo nivel, en especial en lo que concierne los valores de la dignidad humana. Entonces, a mi criterio, la responsabilidad educativa y socializadora de los medios parte de una reflexión profunda y de una acción coherente y responsable al respecto.

“explotar las potencialidades de los medios para que estén al servicio de la defensa del interés público y de la dignidad humana

Dentro de esta responsabilidad está la labor fundamental de combatir la conformación de un pensamiento único (Ramonet, 1995) y de mitigar la unilateralidad de los mensajes mediáticos a través de la propiciación de una pluralidad de voces y de un diálogo a todo nivel que sobrepase la pseudo-participación y que ayude a mejorar el pensamiento. De ahí, también, la importancia de motivar en los usuarios de los medios, la capacidad de discernir, construir y re-construir los mensajes.

Asimismo, los medios deben hacer propuestas educativas – en el más amplio sentido de la palabra – para provecho de las capacidades individuales y comunitarias con mentalidad de desarrollo humano, adaptándose a los procesos y a los actores. Es una tarea compleja que, sabemos, necesita del apoyo y compromiso de la sociedad en su conjunto, comenzando por la familia.

2. ¿Hasta qué punto los responsables de la comunicación están al servicio del desarrollo de la sociedad y de su cultura?



Hasta el punto donde su ética lo permita. Muchos responsables de la comunicación se concentran en la parte técnica y operativa de la comunicación y olvidan que tienen en sus manos una gran herramienta – la información y la comunicación – que influye en la vida individual y social del ser humano.

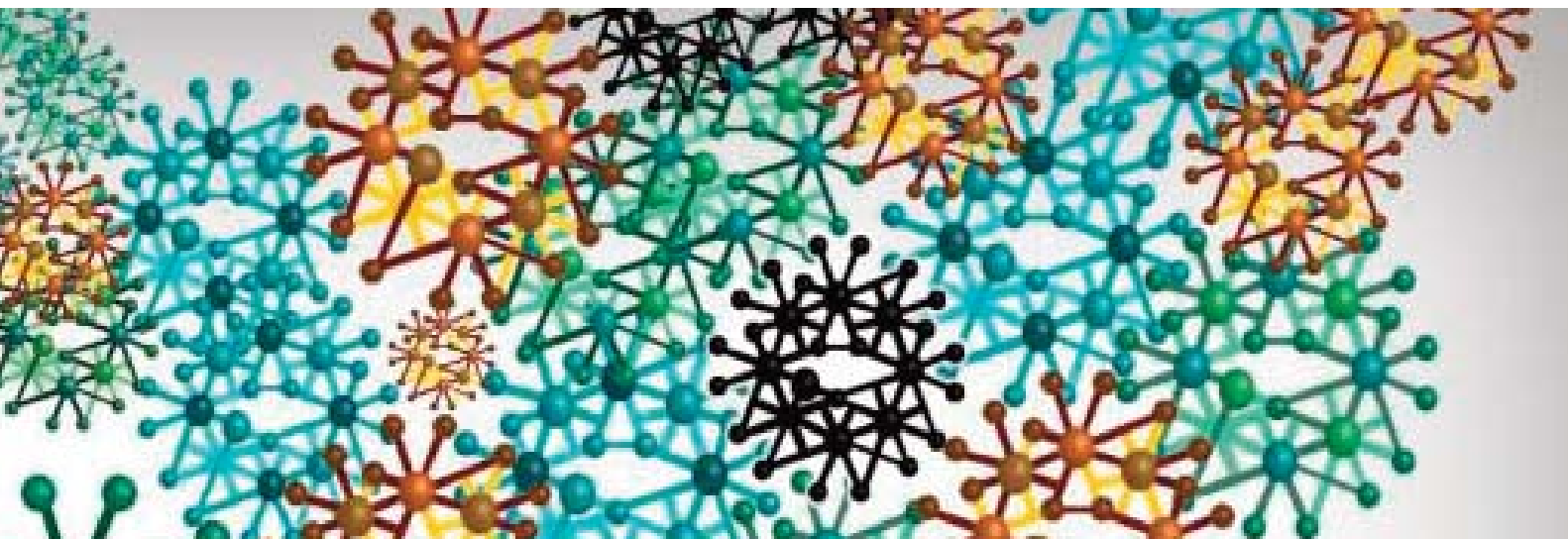
Para estar al servicio del desarrollo de la sociedad y de la cultura, los responsables de la comunicación necesitan contrarrestar la pérdida progresiva de los principios éticos que conforman el núcleo mismo de la llamada Sociedad de la Información, la cual «... está fundada en el Derecho a la Comunicación, como medio para afianzar los derechos humanos y fortalecer la vida social, económica y cultural de la gente y de las comunidades.» (Cris Bolivia, 2003).

Si hablamos del Derecho a la Comunicación nos referimos a la participación activa, creativa, crítica y responsable de emisores y receptores, lo que finalmente permitirá el desarrollo de la sociedad y de la cultura. Así, el gran desafío para los responsables de la comunicación es explotar las potencialidades de los medios para que éstos estén al servicio de la defensa del interés público y de la dignidad humana, orientando en este sentido a los ciudadanos, comenzando por los niños y adolescentes.

3. ¿Las empresas televisivas, de radio o de prensa, y las productoras cinematográficas, cuánto influyen en la cultura, en los valores y en los comportamientos de los ciudadanos?



En la actualidad, es corriente ver a niños aún no escolarizados, pero, que manipulan con destreza las TICs, o adultos mayores



con cuentas en las redes sociales, o hijos de padres indígenas que combinan lo tradicional con lo moderno, etc. Es innegable que los medios de comunicación están transformando las formas de vivir, de pensar, de actuar de las personas, se constituyen, en muchos casos, en los principales generadores de representaciones mentales sobre los valores humanos, sociales, etc.

La influencia de los medios será siempre mediada por espacios que dejan o que se negocian con la familia, la escuela y otras instituciones de la sociedad y, por tanto, manifiesta luces y sombras. Por ejemplo, la homogeneización de las pautas culturales favorece la convergencia cultural, el acceso a la información y al conocimiento; pero, ésta también puede empobrecer costumbres, civilizaciones y lenguajes de grupos minoritarios.

En vista que la relación de las personas con los medios constituye una actividad compleja con un amplio conjunto de variables (cantidad, calidad, mediaciones familiares, culturales, etc.), una vez más, el aspecto fundamental para equilibrar esta influencia – sin descartar la responsabilidad de los medios – es la actitud crítica del usuario, la cual hay que fortalecer desde diversas perspectivas.

4. ¿Cuánto de control o de autocontrol deben tener las empresas de comunicación y las productoras cinematográficas y quién debe proporcionarlo?



Los mensajes mediáticos y sus propiedades siempre han suscitado temor concerniente a su influencia negativa sobre los usuarios, en especial niños y adolescentes.

Actualmente, los riesgos están intrínsecamente ligados a la conectividad y a la interactividad.

En este contexto, seguramente, el control y el au-

tocontrol son importantes. El control de parte de las autoridades del Estado que tienen la responsabilidad de regular y normar al respecto; sin embargo, no tendrían que quedarse en la regulación, es necesario abordar la educación en todas sus formas y niveles. El autocontrol es, también, determinante porque a través de una ética propia a la empresa de comunicación y de mecanismos de supervisión concertados, se haría un gran aporte. ¿Quién debe empezar? Por jerarquía, el Estado; por ética, la empresa de comunicación.

Así podría ponerse en marcha una interacción eficaz entre control y autocontrol. Gobierno, industria de medios y sociedad civil deben desarrollar modos de colaboración eficaces para generar un justo equilibrio entre la maximización de oportunidades y la minimización de riesgos. Ahí está el desafío.

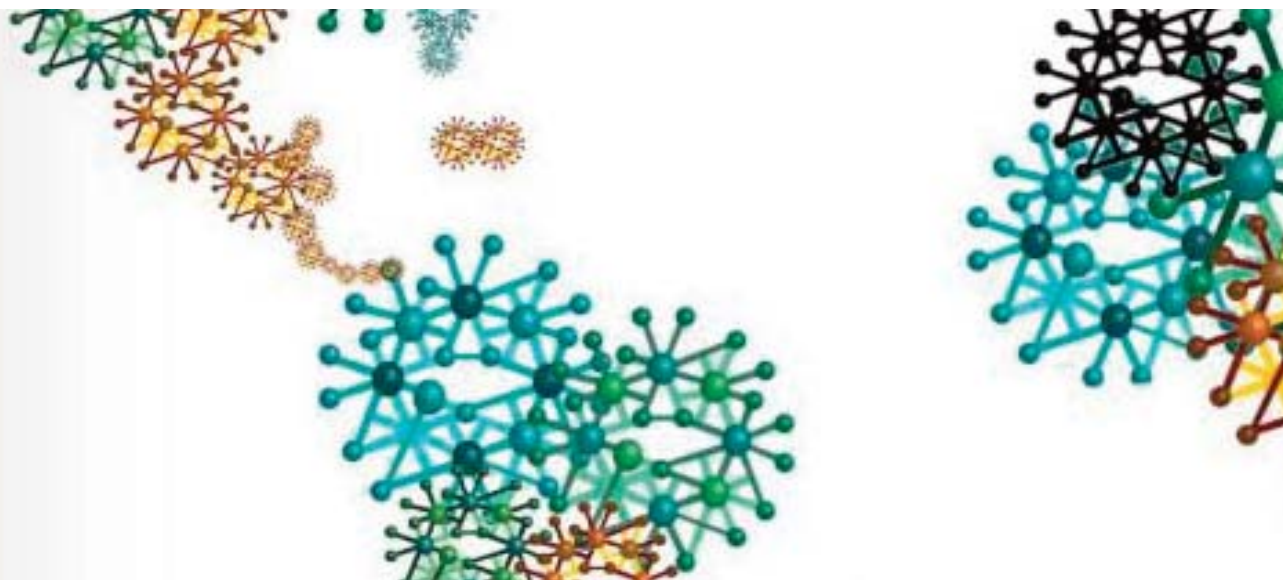
5. ¿Se puede extender, y cómo, la responsabilidad socializadora a las redes telemáticas?



Es un imperativo, debido a que estas redes cubren un campo social de considerable amplitud. Los cambios tecnológicos están aportando la creación de nuevos formatos y se han revolucionado los procesos de recogida, publicación y distribución de información, lo que seguramente tiene sus efectos en los usuarios. De simples destinatarios, éstos se han convertido en autores, capaces de producir y de publicar mensajes. Sin embargo, una introducción extrema en el mundo virtual podría traer en varios ámbitos, graves consecuencias.

Dicha revolución de la interacción en la comuni-

“ los usuarios, de simples destinatarios, se han convertido en autores, capaces de producir y de publicar mensajes



6. tomar en cuenta las dimensiones educativa, comunicacional y antropológica-filosófica en la perspectiva del pensamiento crítico

cación implica, también, un incremento en la reflexión sobre la dimensión ética de estas nuevas tecnologías. Sin embargo, hay que considerar que los usuarios no son más personas que debemos proteger contra los mensajes juzgados como incorrectos o de los riesgos de una interacción con estas redes; al contrario, ellos son personas a quienes debemos ayudar a ser responsables de sus propios actos. Ya no es una cuestión de protección, sino de responsabilidad.

6. ¿Son de alguna forma responsables los medios de adquirir el compromiso de levantar al ciudadano de su apatía, proponiendo y sugiriendo actitudes activas y participativas?



Por supuesto que sí... los medios tradicionales y modernos constituyen herramientas sociales y culturales que pueden favorecer el desarrollo integral – individual y social – de las personas en cualquier etapa de sus vidas.

Para ello, es necesario abordar temáticas significativas – en relación a los intereses, experiencias y necesidades de los usuarios – procurando innovar en propuestas responsables y creativas de información y entretenimiento, evitando caer en la manipulación de la pseudo-participación.

Los medios deberían tener un compromiso con el ser humano (mente, alma y cuerpo) que representa cada receptor. Este es el fundamento antropológico de la comunicación desde donde se construye todo lo demás.

7. ¿Cómo pueden los medios ayudar para crear con el espectador-cliente-usuario o lector, un sistema educomunicativo, una reflexión crítica y una respuesta activa?

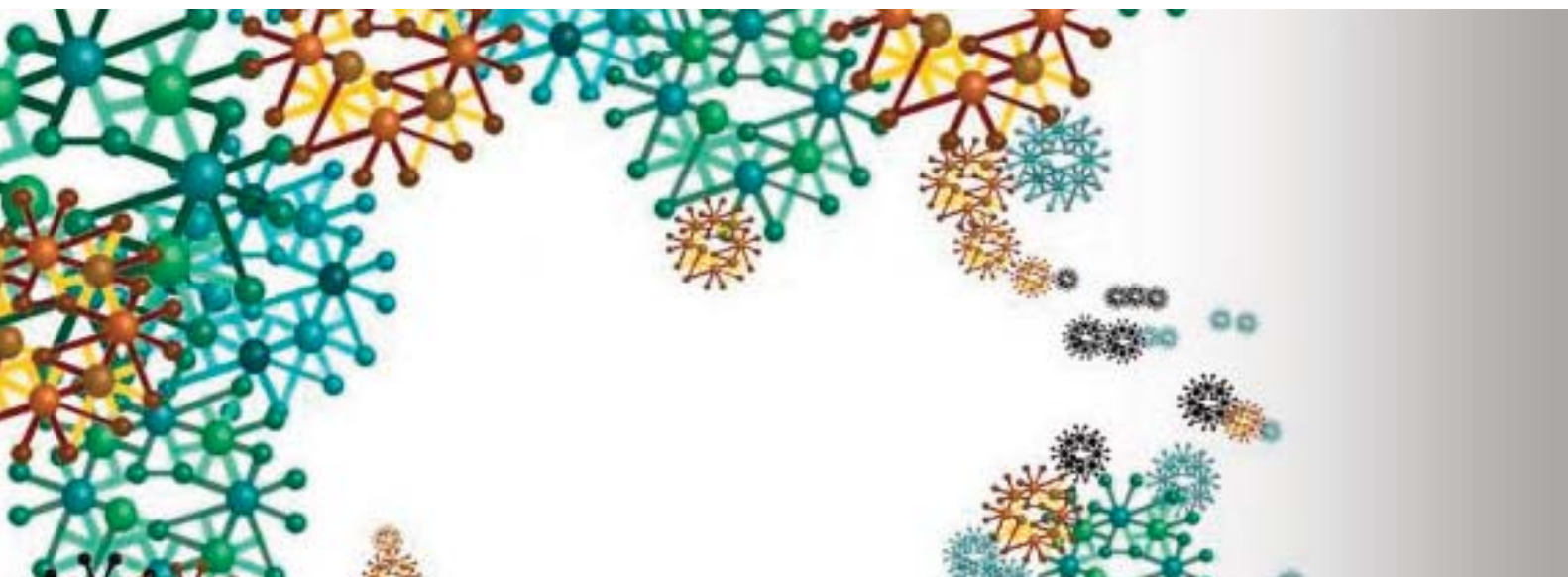


Es cuestión de que los medios asuman su responsabilidad en cuanto a los mensajes que emiten y sus consecuencias a todo nivel. No tendrían que dejar toda la responsabilidad en las manos del receptor; sino, más bien, ayudarle a ejercer su rol activo y crítico en la comunicación.

Es evidente que los medios no pueden advertir a los usuarios de todas las eventuales amenazas, pero, a mi juicio pueden intervenir de dos formas: primero, velando éticamente por los contenidos y formatos de su programación y, segundo, generando espacios específicos y/o transversales para acompañar al receptor en la puesta en práctica de su capacidad selectiva, de discriminación y de producción en relación a los mensajes mediáticos. Una vez más, el objetivo es que los ciudadanos ejerzan su responsabilidad frente a estas tecnologías.

Para ello, los medios deben colaborar en generar una competencia mediática en los usuarios, entendida ésta como «... la capacidad de utilizar de forma autónoma los diferentes medios, de comprender y evaluar de forma crítica los diversos aspectos de los medios en tanto que tales y de los contenidos mediáticos, de comunicar éstos en diversos contextos, de crear y difundir los contenidos mediáticos.» (Parlamento Europeo, 2008).

Nuestras investigaciones nos han mostrado que en todo proceso de educación en medios es importante tomar en cuenta las dimensiones educativa, comunicacional y antropológica-filosófica en la perspectiva del pensamiento crítico y dentro de una re-



lación dialógica. Por ello es necesario establecer espacios de diálogo no sólo relacional sino cognitivo. Motivar a que los padres, los educadores, los niños, los jóvenes, los adultos mayores, etc. dialoguen entre sí, hablen, pregunten, expliquen, describan, etc. Así, se generará una cultura de análisis, de reflexión y de acción transformadora (Freire, 1977).

8. ¿Qué medio o medios, prensa, televisión, cine, redes sociales u otros, tiene mayor influencia en los cambios sociales?



En general, todos los medios de comunicación detentan un poder importante en los cambios sociales aunque de manera diferenciada de acuerdo a su especificidad mediática y a los factores socio-culturales, generacionales, etc. de los usuarios. Entonces, no hay un solo medio que tenga protagonismo al respecto, más bien podría hablarse de una «convergencia mediática» que implica la acción conjunta de diferentes medios con influencia, parcial y condicionada, en ciertas áreas de la vida individual y social del receptor y, por ende, de la sociedad.

En cuanto a las redes sociales, se observa que éstas están movilizándolo, en gran escala, personas, grupos, consignas sociales e ideológicas, etc. ¿Es que estas nuevas tecnologías producen cambios sociales más rápidos y productivos? He ahí un campo de investigación todavía a explorar.

En todo caso, sabemos que tanto los medios tradicionales como los nuevos cumplen un papel importante en los cambios sociales, pero, hay que reconocer que el entorno social (familia, escuela, etc.) y la propia disposición psicológica de los sujetos receptores actúan como redefinidores de los mensajes mediáticos. Esto nos protege de una eventual manipulación mediática y, al mismo tiempo, nos responsabiliza.

9. ¿Qué estrategias deben seguir los ciudadanos para pedir o exigir a los medios que ejerzan una labor participativa, social, o educativa?



El aporte social y educativo de los medios debe partir también de iniciativas de la sociedad civil. Para esto los ciudadanos necesitan organizarse, movilizarse y ejercer su responsabilidad personal y social al hacer sus demandas directamente a los medios o a través de instituciones representativas de la sociedad.

En este marco, los ciudadanos podrían aprovechar espacios de opinión en los medios donde soliciten producciones educativas innovadoras y significativas para la gente a fin de mejorar su calidad de vida. También, pueden acudir a los observatorios de medios donde pueden hacer reclamos y presentar propuestas, entre ellas: personal profesional en la producción de mensajes y en la educación en medios, espacios para la familia y los educadores, mecanismos de vigilancia de la normativa existente, etc.

Asimismo, la población tendría que valorar los aportes de los medios y alentar las buenas iniciativas en cuanto a información, educación y entretenimiento. Así se mantendrá el debate abierto, evitando posiciones antagónicas o extremas. En suma, es necesario ejercer un protagonismo ciudadano responsable en relación a los medios, incluyendo a los más desfavorecidos a fin de que su voz sea también escuchada.

“ los ciudadanos deben organizarse, movilizarse y ejercer su responsabilidad personal y social al hacer sus demandas a los medios ”



10. ¿Hasta dónde puede o debe llegar la responsabilidad de los gobiernos en el control de los medios de comunicación? ¿sí o no? ¿Se quebranta la libertad de expresión?



Los gobiernos deben normar e intervenir en la definición de políticas respecto a la visión, estrategias, acciones y el aprovechamiento de los medios de comunicación, recuperando la potencialidad de estas tecnologías para el desarrollo nacional.

Sin embargo, es imposible hablar de normas si no se tiene un concepto, amplio y compartido, de lo que significa la Sociedad de la Información. He ahí un primer desafío.

Si entendemos que la Sociedad de la Información

debe asumirse como un modelo de desarrollo que, teniendo como eje los derechos humanos, posibilite el acceso plural, equitativo y responsable a los medios, creemos que tanto el cumplimiento de las normas como el respeto a la libertad de expresión gozarían de mayores garantías. Esto, también, permitiría generar un debate público permanente y una responsabilidad compartida entre el Estado, la empresa privada y la sociedad civil.

De esta manera, es la sociedad en su conjunto que se autorregula en su accionar participativo y, a mi criterio, es la mejor manera de preservar la línea tan frágil que impide quebrantar la libertad de expresión.

11. ¿Cómo pueden los ciudadanos, la familia, la escuela, las asociaciones civiles, participar en los contenidos de los medios y ejercer su responsabilidad crítica y ciudadana?



No existe una Sociedad de la Información que no esté conformada por ciudadanos. Sin embargo, en la mayor parte de los casos, es evidente la poca implicación

de éstos. Por ello, lo primero es que la población esté consciente de su rol protagónico, de sus derechos y obligaciones frente a los medios de comunicación.

Para que la sociedad civil puede participar y ejercer su responsabilidad, es crucial que los ciudadanos se encuentren, se organicen y ayuden a que las funciones de los medios se cumplan en la perspectiva de privilegiar al ser humano y no a las tecnologías.

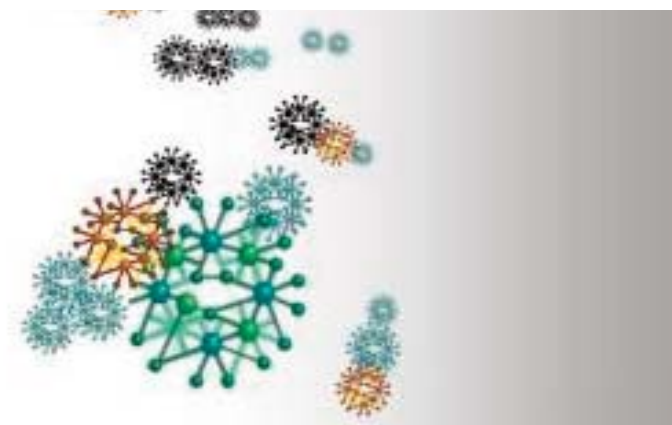
Estamos conscientes de las limitaciones a todo nivel, pero, creo que los términos clave son: acceso y participación genuina. Los ciudadanos deben aprovechar los espacios que otorgan los medios, proponiendo alternativas creativas, críticas y significativas. La participación genuina es aquella en la que la gente interviene protagónica y sostenidamente en la planificación, ejecución y evaluación de las acciones comunicativas. Se trata de empoderar al ciudadano para que ejerza su Derecho a la Comunicación dentro de la Sociedad de la Información.

12. Algún aspecto que quieras libremente exponer sobre estos temas.



Creo que éste es un tiempo de efectuar alianzas a todo nivel en vista de fortalecer el ejercicio ciudadano en relación a los medios de comunicación. Se hace urgente e imprescindible unir esfuerzos para encontrar soluciones multilaterales a los grandes desafíos de la Sociedad de la Información en el siglo XXI.

“No hay comprensión de sí mismo, que no sea mediatizado por signos, símbolos y textos” (Ricoeur, 1986), es decir, la interpretación de cualquier mensaje mediático permite también construirse a sí mismo, así se construye la identidad del receptor, se contribuye a que el receptor sea rehabilitado como sujeto. De ahí que aspectos relativos a la educación en medios en la perspectiva de la dignidad humana son cruciales para mejorar la responsabilidad de los medios en la socialización y la educación.





■ **Patricia Cortés.** Formación de maestros para la educación en medios