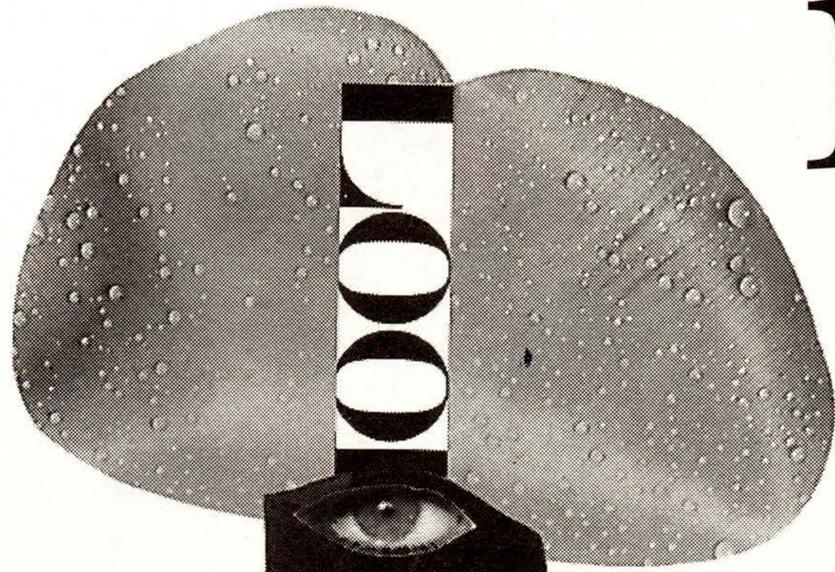


La escuela y los medios



y c i u d a d

masivos

de comunicación

Un impostergable encuentro

Ya es hora en Colombia de que maestros y comunicadores se encuentren para consolidar una cultura de paz.

Ya es hora de que dejen sus mutuas reticencias, sus incomprensiones, sus diferencias de lenguaje, para contribuir a una percepción constructiva del mundo que nos rodea, sea éste el real o el *re-creado* por los medios masivos de comunicación.

En Colombia, el reto del encuentro no puede ser una utopía, ni un ejercicio académico: es una necesidad, por la descomposición social de nuestro país y la responsabilidad que le incumbe a las dos instituciones —la educativa y la mediática— en esa descomposición bien sea por acción, pero, sobre todo, por omisión.

Ambos sectores, el educativo y el comunicacional, deben presionarse uno a otro y unir esfuerzos para lograr que los colombianos tejan identidad nacional, encuentren comunidades de sentido y de valores, sepan analizar críticamente qué tipo de destino se les está vendiendo a través de los medios de comunicación pero también cómo pueden darle a su aprendizaje escolar otro contenido y otras metodologías más acordes con los adelantos tecnológicos.

Hay una paradoja en las relaciones entre las dos instituciones —la educativa y la comunicacional—: cuando su papel es propiciar un mejoramiento de las relaciones humanas y culturales, parecen darse la espalda. Resulta entonces indispensable encontrar puntos tangenciales entre los dos mundos, para enriquecerse mutuamente.

Ello implica, por parte del comunicador, entrar en la lógica pedagógica y aprender allí enfoques diferentes del conocimiento; por parte del educador, adaptar a la lógica mediática los misterios del aprendizaje y los de la interacción entre seres humanos, en este caso el alumno y el docente.

«¿Cómo no hacer entrar la T.V. en la escuela si ya está adentro, quiérase o no, por la influencia que ejerce sobre los saberes, las aptitudes y los comportamientos de los alumnos?» —se pregunta con razón Genevieve Jacquimot—. ¹



46

Pero a la vez, ¿tiene sentido mantener en lo mediático esas dicotomías que han distorsionado todo intento pedagógico de largo alcance, como seguir considerando que los fines de la televisión comercial son tan sólo recreativos e informativos, en tanto que los de la televisión pública son educativos y culturales?

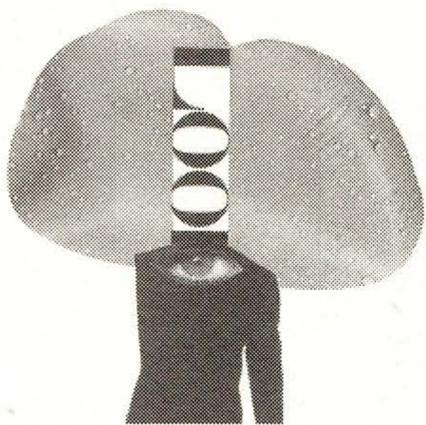
Ante la avalancha de una televisión privada en mala hora impulsada desde el propio Estado que no tomó las precauciones necesarias para reforzar la televisión de interés público, ¿en qué quedan los esfuerzos pedagógicos que desde la escuela, buscan propiciar en las nuevas generaciones un nuevo pacto social entre los colombianos, una mayor vigencia de los derechos humanos, la construcción de una ética civil?

Ese encuentro entre lo mediático y lo escolástico puede y debe hacerse, siempre y cuando se supere una etapa que podría llamarse de «relaciones bobas» entre educadores y comunicadores. Ya el tema de discusión no puede ser si cerrarle o no la puerta a la T.V. y a las nuevas tecnologías de la comunicación, o si la escuela está en la época de las cavernas mientras que los medios ofrecen un

nuevo mundo.

Para el comunicador, y desde los medios, el reto es darle a éstos un sentido pedagógico; para el docente, desde la escuela, lograr que esas tecnologías no se limiten a ser simples ayudas audiovisuales sino que contribuyan a la adquisición de saberes.

Para ello, resulta en primera instancia indispensable revisar ciertos prejuicios que de parte y parte han dificultado cualquier propósito integrador.



LA T.V. NO ES COMO LA PINTAN

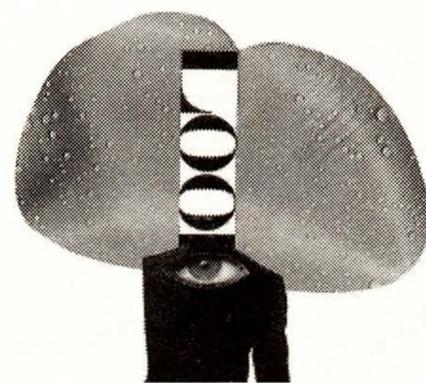
Con alguna frecuencia se escuchan quejas constantes sobre la influencia, considerada siempre negativa, de la televisión. Se cree que la televisión no educa, sino que deseduca y que, por lo tanto, la escuela o el colegio deben contrarrestar o corregir sus efectos. Ello ha llevado a una *satanización* de los medios por parte de los sectores educativos. Como toda *satanización*, tiene también su explicación en el miedo a lo desconocido.

Para Dominique Wolton,² aceptar que la televisión es alienante, uno de los estereotipos más constantes, es desconocer la posibilidad de escogencia y de capacidad crítica del público (pp. 38 y 42). Otra cosa es la dominación política y económica ejercida a través de la televisión, a la que se trata precisamente de resistir.

Esta actitud despectiva, no sólo de los sectores pedagógicos sino en general intelectuales, lleva a dejar la televisión a su propia suerte, y de paso, a negarle a los receptores (sean éstos alumnos, padres de familia o los propios docentes) la posibilidad de influir sobre ella. Lleva también a cercenar el espacio de lo cultural y educativo, quitándole un campo de acción e influencia hoy estratégicos para cualquier intento de construir identidades y reforzar valores.

La mentalidad satanizadora de la televisión está tan arraigada en nuestra idiosincrasia que resulta significativo cómo en la ley de la cultura recientemente aprobada sólo hay escasas y más bien precarias referencias a los medios audiovisuales como vehículos culturales: la obligación del Estado de proteger el patrimonio colombiano de imágenes en movimiento (Art. 12); las artes audiovisuales figuran en la lista de expresiones culturales que merecen estímulos (Art. 18); el derecho preferencial del Ministerio de la Cultura,⁴ como socio de Inravisión, a mínimo «diez horas de T.V. para la difusión de actividades artísticas y culturales»; existe una dirección de comunicaciones en el nuevo Ministerio (Art. 67)... y un pare de contar. No se menciona lo audiovisual en los principios fundamentales de la ley y reciben mucha más atención los «patrimonios culturales sumergidos» —léase galeones naufragados—.

Semejante menosprecio desconoce que la televisión es nada menos que el «vínculo social de la modernidad», para utilizar otra expresión de Wolton.



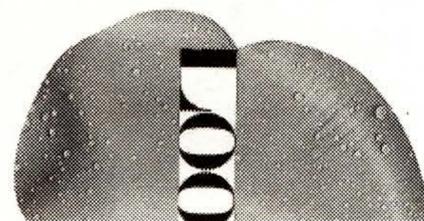
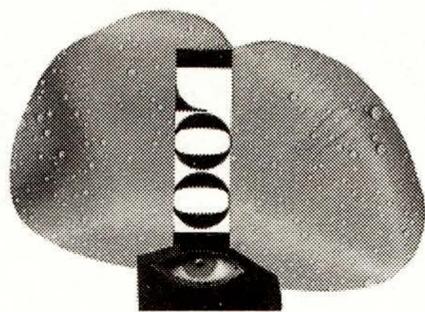
Pero otra distorsión relacionada con la televisión es la que tiene que ver con su triple función educativa, recreativa y formativa. En una esquizofrenia fomentada por el propio Estado se suele distinguir entre televisión educativa y cultural por un lado y televisión recreativa y comercial por el otro, como si en lo comercial no pudiera entrar el concepto de lo educativo. En este aspecto, basta recordar la serie Plaza Sésamo, de 1969, que premeditada y pedagógicamente utilizó la lógica comercial y publicitaria del impacto, de lo inmediato. Con todas las reservas que esa metodología pudo implicar y que fueron recalçadas por la responsable de la programación infantil de la *BBC* al no aconsejar la importación de la serie a Gran Bretaña, el hecho es que Plaza Sésamo fue la experiencia de educación por medio de la televisión de mayor impacto que se haya realizado hasta ahora.

Si se alega, con estrechez de mente, que la televisión comercial no puede ser educativa o formativa, se excluye también que pueda ser deseducadora y deformadora. Tampoco tendría sentido la formación de una conciencia crítica *frente* a los medios como elemento esencial de la construcción de una cultura, y en nuestro país que tanto la necesita, de una cultura de paz *desde y a través* de los medios.

Una tercera distorsión notable en relación con la televisión tiene que ver con cierto menosprecio por la imagen, como si la imagen fuera «menos» que la palabra, como si necesitara de menos capacidad de receptor para ser transformada en conocimiento.

El origen de esta distorsión se encuentra, por supuesto, en la cultura libresca propia de lo escolar, de lo «intelectual». Pero, como bien lo anota Jesús Martín-Barbero,³ el modelo de comunicación pedagógica, colocado en actitud defensiva se desfaza «aceleradamente de los procesos de comunicación que hoy dinamizan la sociedad», y cita a Brunner: «el aprendizaje del texto (del libro de texto) asocia, a través de la escuela, un modelo de transmisión de mensajes y un modo de ejercicio del poder, basados ambos en la escritura».

La revisión de esa mentalidad se hace todavía más apremiante en un país de tan pocos lectores y tan pocas bibliotecas como Colombia. Pero también hace falta para adentrarnos en el mundo de la televisión.

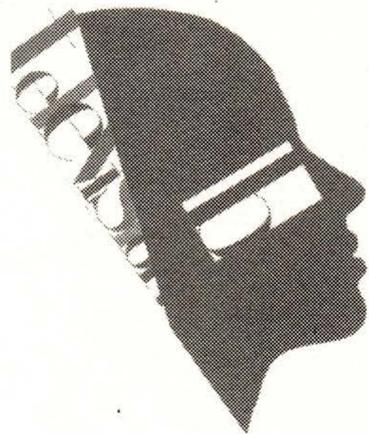


Por lo general se suele adoptar un enfoque simplista en relación con la imagen, como una forma primaria de conocimiento. Sin embargo, la imagen nunca viene sola, sino que se acompaña siempre de sonidos, de palabras. Pero además, la imagen admite lecturas de mayor o menor profundidad según la actitud de quien la recibe. No sólo porque el sujeto receptor no comienza a vivir con la imagen que recibe, puesto que tiene un pasado y una historia, sino porque como todo proceso de conocimiento, la imagen admite varias percepciones, porque es «otra» forma de conocimiento, distinta del tradicional silogístico al que estuvimos siempre acostumbrados en Occidente. Desmenuzar ese proceso es aceptar que el conocimiento de la televisión como medio es un aprendizaje más o menos consciente, más o menos avanzado, hasta llegar a lo que es realmente «leer televisión», es decir, como lo recalca Pérez Tornero⁴ «captar mundos en movimiento, reconocer acciones y situaciones, explorar contextos, estructurar sentidos, realizar operaciones lógicas, avanzar hipótesis y modelos de comprensión. Es, en definitiva, ordenar y clasificar mundos de objetos inertes y de seres activos».

Estamos entonces muy lejos del esquema simplista según el cual las imágenes de televisión devoran al televidente, lo alienan. Ver televisión es conocer, pero a través de un proceso que, en gran parte desconocemos y, por lo mismo, desaprovechamos.

En ese contexto cultural la imagen tampoco puede limitarse a ser una «ayuda» destinada a apoyar o a demostrar lo libresco, lo escrito, sino que tiene existencia, simbología y fines propios y una «personalidad» para llamarla de algún modo, tan influyente que ha trastornado muchas maneras de ver el mundo.

Un ejemplo es lo que viene sucediendo en los medios escritos. No es casualidad si en la diagramación de los medios escritos lo visual adquiere cada vez más importancia. Debe mezclarse inextricablemente con el contenido para ser algo diferente de la lectura de caracteres más ilustración como era antes, de esa manera de hacer más agradable la lectura, de apoyar al texto, de ser el simulacro de lo real. El periodismo escrito entonces también ha tenido que acostumbrarse a esa nueva manera de concebir el mundo en el que junto con lo que va a decir tiene que imaginarse la impresión visual que va a causar lo que va a decir, lo que implica un cambio de actitud y de mentalidad, todavía muy tímidos, por cierto, como sucede con la escuela.



La influencia de la cultura audiovisual se refleja en todas las actitudes y gestos culturales de la sociedad moderna. De allí, que el proceso cognoscitivo de la imagen *y a través* de la imagen deba ser, sin duda, una de las metas fundamentales de la aproximación entre comunicadores y educadores.

Con este punto de partida, la adopción de metodologías de análisis crítico de medios de comunicación y su integración a la vida escolar pueden llevar a una influencia mucho más decisiva de la educación en la formación de cultura ciudadana.

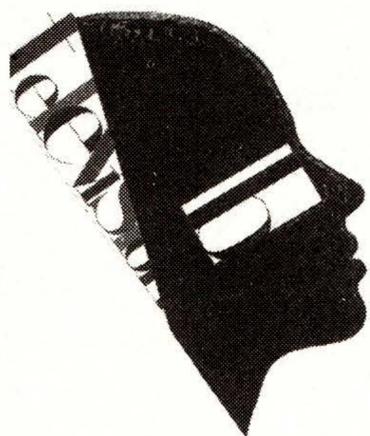
50

ENSIMISMAR LA T.V.

Como tecnología, como discurso y como lenguaje, la televisión abre una infinidad de interrogantes tanto para el comunicador como para el docente.

Como tecnología, no se trata tan sólo de averiguar cómo funciona la T.V., sino qué dimensión social tiene esa tecnología. Por ejemplo, la televisión lleva a ordenar al mundo en forma «radial», al constituirse en el núcleo que le da sentido a todo el recorrido, que escoge lo que es público y lo que es espacio público.⁵ En ese sentido la televisión es egocéntrica, de tal manera que lo que no existe por y para ella, deja de existir y eso influye en la cultura, sea ésta elitista o popular, de minorías o de mayorías.





En tanto que lenguaje (otra dimensión de la televisión) no es sólo imagen. También es sonido. Aunque estamos más acostumbrados a asociar lo que la televisión ofrece a través del sentido de la vista, en el video clip y los canales que empiezan a dedicársele exclusivamente, el sonido juega un papel fundamental y la imagen se pone al servicio del sentido del oído.

De todos modos, la imagen, como imagen, no sólo impacta sino que es también un nuevo lenguaje para la imaginación, una fuente de conocimiento y de sabiduría, que llegan por vías distintas de aquéllas a las que estamos acostumbrados.

No resulta extraño que encuestas hechas a adolescentes sobre lo que han aprendido a través de la T.V. muestren porcentajes muy bajos, no porque la televisión no enseñe (bien o mal) sino porque aún el adolescente está prejuiciado: lo acostumbraron a separar entre una televisión que recrea y una escuela que (bien o mal) enseña.

Como discurso (la tercera dimensión) la televisión es una forma diferente de aglutinación colectiva en torno a identidades: «La lógica discursiva de la T.V. está integrada por la combinación de todos los mecanismos... identificación, reconocimiento, familiaridad, disolución de los tiempos y de los espacios, subjetivación».⁶

EVOLUCIÓN

En un reciente seminario de docentes católicos⁷ señalé cómo la prevención de los sistemas educativos frente a los medios de comunicación, ha tenido que ser superada por la fuerza incontenible de las evidencias.

Pero la manera como se ha tratado en el mundo el tema de la educación para los medios de comunicación ha tenido varios enfoques.

Jacques Piette, profesor de comunicación de la Universidad de Sherbrooke, de Quebec,⁸ divide en siete grupos, desde el punto de vista teórico y metodológico, la actitud pedagógica frente a los medios de comunicación, según la manera como se percibe la naturaleza del público (pasivo, consumidor activo y racional) y la influencia de los medios (directa, indirecta, a corto o largo plazo, acumulativa, etc.). Veamos:

1. *Perspectiva del impacto*, satanizadora de los medios y estereotipante de los receptores, a los que se considera pasivos e incapaces de análisis crítico.

2. *Perspectiva de los usos y gratificaciones (Uses and gratifications)*, que hace énfasis en la manera como se construyen los mensajes y en los hábitos de consumo.

3. *Perspectiva crítica*: con énfasis en el mensaje ideológico de los medios, la estructura de propiedad, etc.

4. *Perspectiva semiológica*: hijos del estructuralismo, estos programas educativos consideran a los medios como fenómenos de lenguaje y sus significados.

5. *Perspectiva cultural*: bajo la influencia del Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de la Universidad de Birmingham y con particular auge en Gran Bretaña, esos programas buscan ir más allá de los anteriores e inscribir el tema en un contexto sociopolítico ampliado.

52

6. *Perspectiva ética*: estos programas educativos profundizan en los valores transmitidos y en aspectos tales como impacto de la violencia, sexismo y estereotipos.

7. *Perspectiva práctica*: son los programas educativos sobre medios más generalizados, buscan que el estudiante «haga» televisión o radio o prensa escrita, para conocer mejor los medios de comunicación.

En la mayoría de los países, anota el autor citado, las «experiencias piloto», como modelos para imitar, han tenido resultados relativos y no han podido ampliarse cuando están excesivamente predeterminadas por autoridades educativas gubernamentales (por ejemplo, Ministerios de Educación). En otras palabras, no existe un modelo de educación mediática, sino que debe priorizarse la formación de los maestros para un tipo de educación que impulse el análisis crítico.

La segunda conclusión que se puede sacar de la experiencia internacional es la escasa y contradictoria fundamentación teórica de la educación mediática, que ha llevado a poca coherencia en las prácticas educativas.

Al hacer el estudio comparativo, observa Jacques Piette también cómo existe muy poca evaluación de la validez de todos estos programas o de su eficiencia. En particular, en cuanto al desarrollo de un pensamiento crítico frente a los medios, que aparece como último objetivo de todos esos programas. ¿Han cumplido su función? En general, no ha habido interés por averiguarlo, y poco seguimiento de los resultados obtenidos.

Esta característica de poco seguimiento y evaluación, es, por cierto, también válida en relación con la función educativa de los medios, en particular de la televisión. Poco hay más allá de los estudios del impacto de la violencia sobre los niños. En ese sentido, el ya citado caso de Plaza Sésamo, constituye, por la magnitud de la muestra, una excepción: de los seguimientos en Estados Unidos, México y Alemania, se sacaron algunas conclusiones.

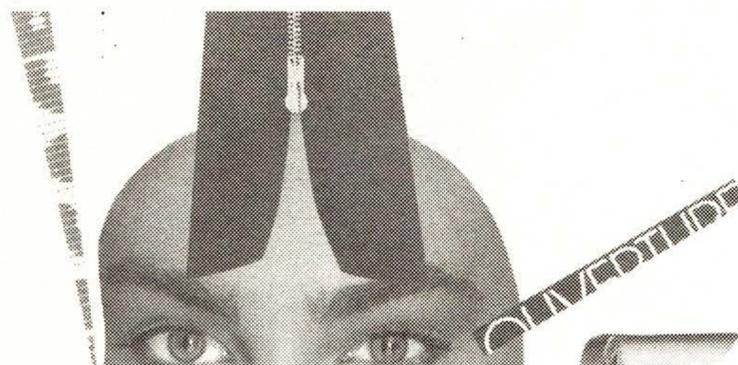
Por ejemplo, el psicólogo Gabriel Salomón demostró cómo la mediación del adulto era un «energizante del aprendizaje», lo que refuerza la importancia del papel del docente y de la familia en este proceso de conocimiento.

EDUCACIÓN «POR» Y «A TRAVÉS DE» LOS MEDIOS

La misteriosa televisión tiene entonces muchas facetas que necesariamente la conectan con la escuela, ya sea como ayuda audiovisual para la labor pedagógica, como medio cultural y educativo («escuela paralela» la llaman algunos) o como producto de consumo habitual.

Por eso, el gran reto es producir desde la escuela nuevos modos de relación social que tengan en cuenta ese papel preponderante de la cultura audiovisual. Ello no es fácil, porque implica, en el caso de la televisión, enfocarla como medio, pero también como un fin en sí misma, a través de sus símbolos, de sus lenguajes, de sus discursos. Implica descubrir los componentes y procesos de esa «cultura mosaico», menos sistemática, más impactante en el corto plazo pero que se olvida con rapidez (¿tanto como se olvida lo libresco?, valdría la pena preguntárselo).

Cuando se empieza a otear ese nuevo mar que aparece *en y a través de* la televisión concebida como un medio cultural, aparece una gama infinita de posibilidades de investigación pero también, de acción participativa. En el caso concreto de Colombia, muchos han empezado a navegar por ese mar y a utilizar su capacidad creativa para sacarle el mejor provecho. Urge sin embargo hacer un recuento y balance de todas esas experiencias, por ahora más que todo aisladas. Y se impone una búsqueda sistemática de los puntos de encuentro para que tanto comunicadores como pedagogos contribuyan a darle sentido social a todas estas nuevas tecnologías y maneras de conocer el mundo.



Notas

1. *La escuela frente a las pantallas*, AIQUE, 1996, p. 10.
2. *Penser la communication*, Flammarion, 1997, pp. 38 y 42.
3. *Revista Nómadas*, N° 5, Bogotá, 1996, p. 12.
4. *El desafío educativo de la televisión*, José Manuel Pérez Tornero, Paidós, 1994, p. 95.
5. *Idem*, p. 95.
6. *Idem*, p. 132.
7. MTH, Ponencia *Educación, cultura y medios de comunicación: nuevos aerópagos de la educación*, Tercer Congreso Nacional de Educación Católica, 1997.
8. *Education aux medias et fonction critique*, l'Harmattan, 1996.