

EDUCACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN*

Jaime Hugo TALANCÓN ESCOBEDO**

Se ha pasado de culturas con espectáculo a una cultura del espectáculo. El espectáculo se convierte en la gran metáfora que permite analizar en profundidad la trama comunicativa de muchas dimensiones de la cultura contemporánea.

Joan Ferrés

El papel de las ciudades en la Era de la información es ser medios productores de innovación y de riqueza, pero es, aún más, ser medios capaces de integrar la tecnología, la sociedad y la calidad de vida en un sistema interactivo, en un sistema que produzca un círculo virtuoso de mejora, no sólo de la economía y de la tecnología, sino de la sociedad y de la cultura.

Manuel Castells

1 ● SE AFIRMA que la educación contemporánea ya opera con apoyos que la hacen trascender en el enramado tradicional en que se efectúa el proceso enseñanza-aprendizaje.

Los informes destacan la presencia de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), como piedras angulares del nuevo horizonte escolar, y ofrecen la versión de que, en un futuro, puede ser prescindible la presencia de los participantes del proceso educativo.

Vista esta situación, los propósitos oficiales comienzan a impulsar nuevas directrices en donde las tesis más comunes de “innovación” provocarán un

* Intervención en el Ciclo de Conferencias del Sistema de Universidad Abierta de la Facultad de Derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México, el 1 de diciembre de 2007. Auditorio Benito Juárez.

** Secretario Administrativo de la Facultad de Derecho y profesor de la misma.

giro en las prácticas que en educación, eran tradicionales en el mundo, al menos en los últimos tres siglos.

Sin embargo, en nuestro país la perspectiva es un tanto nebulosa. En años recientes, se ha insistido en la incorporación de las tecnologías a nuestro sistema educativo con herramientas informáticas y de comunicación que envuelven al mundo de hoy, para hacerla dinámica y acompasada al ritmo acelerado del intercambio de información que no siempre es de conocimiento, sino más bien económico.

El uso educativo de las tecnologías de información y comunicación debe dar pie a la reflexión sobre el acceso al conocimiento y el espacio de acción de los docentes y los estudiantes en el proceso educativo.

Las explicaciones de este acceso, que parece compulsivo, parecen ser claras: en nuestro país, están marcadas por los medios electrónicos, que nos imponen formas de cultura distintas.

El entorno tecnológico y comunicativo es un fenómeno que se resiste a la inclusión de los ciudadanos de pensamiento crítico.

En cuanto a las aplicaciones tecnológicas, se puede afirmar que éstas sólo tienen presencia en sus aplicaciones concretas y de mercado, como valor de uso de los consumidores. En tanto, los medios de comunicación, explotados por el capital y los monopolios, sólo han obsequiado oportunidades marginales a la intervención de la opinión pública.

Visto de esta manera, confirmamos que la incorporación de las nuevas técnicas a la esfera educativa surgen como una necesidad de responder a las necesidades creadas por la economía del mercado laboral, en tanto que ellas se imponen como proyectos “desde arriba” y no parten de la experiencia común de los ciudadanos; su uso no expresa avances en la vida pública y, sobre todo, no rescata en sus concepciones la voluntad general y los valores de la democracia.

2. Dice Karl Popper: “La democracia consiste en poner bajo control el poder político. Ésta es su característica esencial. No deberíamos tener ningún poder político incontrolado en una democracia. Ahora bien, ha sucedido que la televisión se ha convertido en un poder político colosal; potencialmente, se podría decir, el más importante de todos, como si fuese Dios mismo el que hablara”.¹

Estas palabras suenan proféticas, más allá del sino catastrófico que motivó al filósofo.

¹ POPPER, Karl R. y CONDRY, John. *La televisión es mala maestra*, México, Fondo de Cultura Económica, 1998, pp.54-55.

Las últimas dos décadas han demostrado a plenitud la ínfima vocación social de los empresarios de la televisión, al demostrar que la verdad expuesta en sus propios canales sólo representa el punto de vista del sector al que ellos pertenecen.

La desconfianza de los mexicanos no es gratuita. Como fuente de información, como atractivo cultural, como núcleo productor de mensajes, el manejo comercial frívolo, antidemocrático y enajenante de las frecuencias televisivas, propiedad de la nación, no sólo es triste referencia, sino un enemigo que se ha convertido en un contendiente de guerra, dedicado a la promoción descarada del consumo y a la alteración de los valores sociales y culturales, en aras de la utilidad.²

Hoy, la televisión en México desea ser fiel de la balanza en la Ley de Telecomunicaciones y en la Ley de Radio y Televisión para agenciarse espacios políticos y de influencia que convaliden su inmenso poder. El pasado debate en torno a la “Ley Televisa” sólo ha sido un testimonio que nos pone al tanto de los intereses de los empresarios de la televisión. La argumentación técnica esgrimida por sus ejecutivos, no nos quita de la vista lo esencial: su visión en el sector no les da calidad, en lo mínimo, para incidir en un proyecto educativo potenciado por la televisión.

El binomio educación y medios es una asignatura que no puede resolverse sólo en el aspecto teórico; debe ser llevado al gran debate nacional.

Los resultados de la Ley Televisa es apenas una parte del trayecto que tiene que recorrer la ciudadanía para recobrar los espacios que son suyos, en el marco de las libertades democráticas existentes. Una cosa es segura: la realidad actual de la televisión comercial mexicana borra su posibilidad de estar involucrada en el tema especial y delicado de la educación, ni tiene capacidad para rescatar un concepto rico del uso educativo y de la imagen para dar cabida al proceso democrático que vivimos.

Como afirmó Popper: “Una democracia no puede existir si no se somete a control la televisión, o más precisamente, no puede existir por largo tiempo en tanto el poder de la televisión no se haya descubierto plenamente. Hablo así, porque también los enemigos de la democracia no están todavía total-

² Los deportes institucionalizados. Primero, los jugadores eran aficionados que jugaban por placer propio, y más tarde se organizaron en clubes y ligas; sólo en décadas recientes, los deportes se han convertido en una institución auténticamente mundial, una industria de miles de millones de dólares que, además, comercializa toda clase de productos y está subordinada, en grado sumo, a las necesidades de la industria de la televisión. (Alvin y Heidi TOFFLER. *La revolución de la riqueza*, México, Editorial Random House Mondadori, 2006, p. 335).

mente conscientes del poder de la televisión. Pero cuando se hayan dado cuenta profundamente de lo que puede hacer, lo utilizarán en todos los modos, aun en las situaciones más peligrosas”.³

La nociva actuación política de los empresarios mexicanos de la televisión ya tuvo su ensayo general en las diversas jornadas electorales. Esto no es fantasía: sus intereses no sólo apuntan a los presupuestos económicos de las campañas electorales, sino también a la definición partidaria de las fórmulas para las diversas candidaturas.

Hoy, se afirma, ningún político puede prescindir de los medios, porque ellos hacen y deshacen carreras políticas mediante el halago o el comentario demoledor. Armand Mattelart tiene un punto de vista: “Los medios de comunicación han concentrado tanto poder económico y político que en muchos países se han convertido en los grandes electores, por encima de los millones de ciudadanos a votar contra sus propios intereses”. Y abunda: “El problema es que los medios de comunicación producen finalmente un individuo que se somete voluntariamente, por eso es que la respuesta es un poco alejarse de los medios tradicionales, que son uno de los pilares principales del sistema establecido”.⁴

Bajo las condiciones actuales, nada puede esperar la educación de los medios de comunicación, mientras éstos continúen usurpados por intereses empresariales.

Hoy en día se usa con frecuencia el término “depredador” para caracterizar el espíritu de estas empresas. No podía ser de otra manera: parece justo si con esta definición se puntualizan las características del abuso mediático a que ha sido sometido el pueblo de México.

Según Jesús Silva-Herzog Márquez, “Los medios de comunicación no son simplemente agentes económicos, competidores en el mercado del entretenimiento, cuya única justificación es la rentabilidad. Se trata de instituciones políticas que deben dar muestra cotidiana de compromiso democrático. El compromiso de los medios de comunicación debe entenderse como lealtad a las formas de una conversación. La libertad crítica es indispensable para la vitalidad de la democracia. Es también ineludible la condición a la diversidad, el alojamiento de posturas divergentes. La libertad de expresión no puede ser escudo para embestir al adversario, atropellarlo y taponarle la boca,

³ POPPER, Karl. *op. cit.*, p.55.

⁴ “Mattelart: se convirtieron medios en gran elector”. En: *La Jornada*, 9 de noviembre de 2006. Nota de David Carrizales.

cancelando con ello la plataforma de discusión pública y razonada de los asuntos nacionales”.⁵

Queda a los mexicanos redefinir el destino y uso de los medios de comunicación, como transmisores de información convertida en conocimiento; más si se les considera en asuntos educativos.

La inestabilidad del tiempo presente muy pronto, regresará al escenario de la discusión que deberá resolver, a favor de la ciudadanía, la orientación de estas poderosas herramientas.

3. Las versiones más conocidas en el medio educativo, a propósito de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, sólo incluyen en sus exposiciones una parte de las características más atractivas, que las legitiman como argumento favorable de la innovación educativa.

El caso es que, según Arturo Barraza, el análisis de la innovación “permite afirmar la prevalencia casi absoluta de las definiciones descriptivas y por consecuencia la ausencia de un marco teórico suficientemente desarrollado en este campo”. Ya en el año 2000, Blanco y Messina afirmaban que “un primer problema detectado tiene que ver con el concepto mismo de innovación y con la falta de un marco teórico suficientemente desarrollado y compartido que permita identificar qué es o no innovador, y que proporcione un marco de referencia para el desarrollo de innovaciones en la región”.⁶

Por su parte, el mismo Barraza, alertaba en 2005 acerca del término “innovación”: “Esta aparente omnipresencia del término en cuestión no ha sido acompañada de una evolución teórica conceptual que amplíe los límites de su significado, sino que al contrario, se puede observar que éste corre el riesgo de sufrir una reducción al quedar, por momentos, circunscrito a la innovación tecnológica [...]; ello se debe, sin lugar a dudas, al enorme desarrollo que han tenido en las últimas décadas las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información”.

Los nuevos supuestos educativos, según se observa, tienen todavía en 2007 un contexto conceptual caótico y difuso, cuestión que se agrava con la emergencia del enfoque empresarial que subordina la innovación a la mejora continua y la emergencia de ganancias elevadas.

Simplemente, la innovación presentada actualmente reduce el concepto de ciudadanía y democracia, a favor de la eficiencia y la ganancia.

⁵ SILVA-HERZOG MÁRQUEZ, Jesús. “De medios y lealtades”, en: *Reforma*, 4 de junio de 2007.

⁶ Ver su artículo: “Análisis conceptual del término innovación educativa”, en: <http://www.monografias.com/trabajos47/innovacion-educativa/innovacion-educativa.shtml>.

Resulta evidente que la intención de las autoridades educativas de concebir las Técnicas de Información y Comunicación como sustentos de la modernización educativa, parte de una frágil base teórica que revela pobreza en su concepción general y puesta en práctica del proyecto educativo que pretenden desarrollar, sobre todo cuando no se ha planteado un modelo de educación para los medios.

Puntualizar los intereses de los empresarios, observarlos como objetivo a satisfacer, inhibe la posibilidad de constituir un proyecto general surgido de la misma experiencia educativa, con los maestros y alumnos, con las opiniones de los ciudadanos en general, que garantice una educación *universal* y por tanto de calidad.

4. La educación de hoy en día tiene una relación inobjetable con el desarrollo tecnológico. En ella, las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación son un recurso potencial para elevar la calidad de los procesos educativos. Pero no sólo eso. Según Javier Ballesta Pagán: “ellas mismas constituyen un objeto de educación en el sentido de que conforman contenidos curriculares que tienen que ser abordados en la enseñanza obligatoria”.⁷

En los centros educativos que ponen un énfasis en el aprendizaje y usan computadoras, Internet, videos, televisión, periódicos y radio, pretenden que los alumnos convivan de forma natural con el mundo comunicativo de la sociedad, bajo un proceso cognitivo crítico que posibilite que pueden seleccionar y controlar el contenido de los medios que tienen a su alcance.

Las posibilidades de estar con los medios plantean en su misma dinámica, el asunto de elegir el papel de la democratización. El alumno tiene la posibilidad de cambiar su papel pasivo a otro activo para convertirse en forma autónoma, en autor, agente y consumidor crítico.

La apertura de un profundo debate en torno al uso de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación resulta necesaria para llegar a la definición de una nueva escuela que integre los discursos más útiles que propugnan los medios masivos de comunicación y las nuevas tecnologías.

5. Pero es necesario hacer algunas preguntas acerca de la relación existente entre los discursos que propugnan los medios masivos de comunicación, las nuevas tecnologías y la escuela.

⁷ Véase: “Educación y medios de comunicación”. Universidad de Murcia. *Enciclopedia virtual de tecnología educativa*.

Por ejemplo: ¿puede tener capacidad la escuela de desvelar los intereses del discurso dominante, patrocinadores de los medios masivos y las tecnologías de información?

Si bien coincidimos en que la escuela y los medios conforman una ciudadanía, se observa que participan con postulados éticos distintos. Los medios sólo promueven discursos e imágenes que no son neutrales ni se dan en el vacío. Basta un día de atención de sus contenidos, para ver surgir de sus páginas o pantallas un fantasma apocalíptico, anodino y a veces deprecador.

Cada día resultan más complejos los mensajes transmitidos por los medios de comunicación, casi siempre descontextualizados y con una idea fragmentada del conocimiento. Para entender la información transmitida es necesario, según Ballesta Pagán, “contar con un saber previo de los temas, pero sobre todo se requiere de un saber que no está ubicado en ninguna disciplina específica como tal, aunque exige una capacidad de valorar, interpretar, discernir y matizar lo visto y lo escuchado, para tener un criterio de credibilidad sobre las fuentes que nos informan y los hechos comentados”.⁸

La ausencia de niveles de escolaridad para cubrir los diversos tópicos enunciados en los medios, hacen aparecer un nuevo tipo de analfabetismo.

En efecto, cada vez es más complejo distinguir entre información y opinión, y seleccionar lo fundamental de la nota, traer a la luz los intrínsecos ocultos o poner en claro lo que se puede remediar, solucionar o lo que requiere una actuación más aguda.

Y es que los *mass media* han abierto una distancia, difícil de superar, entre lo que pasa y cómo se cuenta, entre la realidad y la ficción; a cambio, sólo se ofrece la seducción mediática y un lenguaje que confunde. El tema esencial de este nudo contradictorio, consiste en reconocer que la mayoría de los ciudadanos que utilizan los medios no tienen suficiente formación para hacerlo, casi siempre desposeídos de un conocimiento previo o un requerimiento adquirido por el análisis de la experiencia personal, cultural y grupal que actúen como referentes básicos para tener acceso sano a la información que llega desde los medios.⁹

⁸ BALLESTA PAGÁN, Javier, *op. cit.*

⁹ La imposición de los medios de comunicación en la agenda pública, es la construcción de la agenda mediática que no es democrática.

Se ha buscado desactivar al ciudadano para despolitizarlo, para que no cuestione los asuntos públicos. (Ana María MIRALLES, *Foro Redefiniendo la Televisión de Servicio Público*, UNESCO, México, marzo 2007).

Es necesario afirmar que cuando estas condiciones no están satisfechas, aumentan considerablemente los riesgos de alienación y de dependencia. Aún más: los medios, sobre todo la televisión, no han sido constituidos para cubrir esta gran distancia; conciben que los ciudadanos deben desarrollar estas capacidades a *motu proprio*, para con ello aumentar la diversidad de su oferta y permitir que cada uno elija el tipo de programa que prefiera.

6. Los comentarios anteriores no desean inducir una concepción exaltada contra los medios de comunicación en la actividad educativa. Antes bien, reconocer que los medios existen y que son una realidad en la vida cotidiana de los niños, jóvenes y ciudadanos de México. Es de un fatalismo gratuito entenderlos como agentes condenados, casi diabólicos; pero también es riesgoso ponerlos, como muchas mentes consumistas, en un pedestal, sin descubrir que su aceptación ciega es igualmente inefectiva.

La discusión en México no es ésa. Ya lo dijimos: pasa en primera instancia por el control que debe ejercer el Estado mexicano y la población sobre los empresarios, para rescatar el contenido de los medios.

Salvada esta premisa, es posible que ante estas dos posiciones polarizadas pueda surgir una relación adecuada entre la escuela y los medios: la aceptación crítica. De lo que se trata es de observar el fenómeno sin estigmatizar ni idealizar. Esto es, con una actitud más allá del catastrofismo estéril o del optimismo ingenuo.

Finalmente, la propuesta de mirarlos críticamente es acercarse a la posibilidad de analizar, explorar, conocer y comprender la manera en que los medios de comunicación hablan del mundo y representan la realidad cotidiana.

Este acercamiento puede implicar el estudio de la historia, el uso y evaluación de los medios de comunicación y analizar el lugar que ocupan en la sociedad y, asimismo, observar la modificación que producen en la ciudadanía, sobre todo en su modo de concebir el mundo.

Los medios, al desempeñar un papel central en la vida de la ciudadanía, requieren ser manejados desde la infancia y la juventud como agentes capaces de influir en la forma de comprender y relacionar el mundo de los estudiantes.

Entonces, una educación de medios de comunicación no sólo destaca el papel de ellos en nuestra vida, sino también hace imperiosa la necesidad de preparar a los ciudadanos para relacionarse críticamente con su entorno mediático.

El asunto es importante, vital. Como lo apunta Roxana Morduchowicz: “La educación en medios [...] consiste en aprender a analizar la manera en que los medios de comunicación construyen el mundo y se presentan como mediadores entre el universo y nosotros”. Entre una visión catastrofista a otra optimista, puede ser posible generar una experiencia docente que dignifique con utilidad nuestro acceso cotidiano a los medios de comunicación, ya que ellos “participan en la construcción de nuestra identidad. Influyen sobre nuestra noción de género, sobre nuestro sentido de clase, de raza, de nacionalidad, sobre quién somos “nosotros” y quiénes son “ellos”.

En efecto, “las imágenes de los medios de comunicación organizan y ordenan nuestra visión del mundo y de nuestros valores profundos: lo que es bueno y lo que es malo; lo que es positivo y lo que es negativo; lo que es moral y lo que es inmoral. Los medios nos dicen cómo comportarnos ante determinadas situaciones sociales; nos proponen qué pensar, qué sentir y qué creer, qué desear y qué temer. Nos ofrecen ideas de qué es ser hombre y qué es ser mujer; de cómo vestarnos, de cómo consumir, de qué manera ser popular y evitar el fracaso, de cómo reaccionar ante miembros de grupos sociales diferentes al “nuestro”, y de qué modo responder a normas, instituciones y valores sociales”.¹⁰

Los argumentos que dan noticia de las mediaciones subsumidas en la televisión o en el Internet pueden prolongarse; sin embargo, es necesario regresar a la idea fundamental del presente texto: la incorporación de los medios de comunicación en la tarea educativa, tiene su origen y destino en la democracia.

Las razones anteriores son poderosas para plantear las siguientes preguntas: ¿Es tema suficiente el poder de los medios para incorporarlos como objeto de discusión y estudio en las escuelas que forman a los futuros ciudadanos? ¿Qué categoría concederle: una de tipo coyuntural u otra de carácter estratégico? ¿Es suficiente la visión democrática de la escuela para conmovir el edificio insensible de unos medios de comunicación sin compromisos con la verdad generada en la vida de la ciudadanía?

7. Es interesante dar respuesta a la función de la escuela, pues seguramente ella deberá replantear sus funciones en esta nueva Era, caracterizada por el predominio de la cultura audiovisual y multimedia.¹¹

¹⁰ MORDUCHOWICZ, Roxana. “Los medios de comunicación y la educación: un binomio posible”, en: *Revista Iberoamericana de Educación*, número 26, mayo-agosto de 2001.

¹¹ La construcción de una auténtica cultura técnica, tecnológica y científico-tecnológica, por tanto, requiere un gran esfuerzo educativo desde la escuela primaria hasta el nivel

Una primera aproximación revelaría que la escuela contemporánea puede dejar de ser un espacio para la transmisión de información, para convertirse en otro que provoque la organización racional del conocimiento. Esto, claramente, en un contexto de regulación democrática del Estado en los contenidos de los medios.

Esta nueva función implica capacitar a los ciudadanos más jóvenes para que tengan conciencia del papel de los medios de comunicación en su propia vida, incluyendo el conocimiento de las técnicas y simbología a través de los cuales los medios seducen al espectador, la promoción de criterios para seleccionar los productos de mayor calidad cultural y ubicar los intereses económicos, políticos e ideológicos instalados en cada empresa mediática.

La función de la escuela contemporánea tiene que ver con la formación de ciudadanos más cultos, responsables y críticos; seguramente, el conocimiento de los fenómenos inherentes a los mass-media hará más rica su libertad individual y enriquecerá su concepto de la democracia.

Esto implica, igualmente, transformar el sentido de la actuación docente, sector donde recae parte de la función de delimitar y volver a definir la actividad educativa bajo parámetros de formación humana potenciada por los medios de comunicación y las técnicas de información, pues la escuela contemporánea tiene que trabajar en un marco de interpretación y reforzamiento del pensamiento. Así, los alumnos podrían ubicar y contrastar la información y el conocimiento acumulado, reconocer códigos y lenguajes de los distintos saberes, conocimientos adquiridos a lo largo de la vida, su uso en sus propios argumentos y juicios éticos.

La educación de medios debe facilitar tiempos y espacios para tratar y recrear la información mediática, construyendo esquemas para percibir, expresar reaccionar y comunicar ante los hechos proporcionados por los medios, y utilizarlos para explicar qué está ocurriendo y construir un nuevo conocimiento.

8. El uso democrático de los medios en la educación implica diseñar propuesta curricular asumida por los centros educativos, donde los profesos-

universitario y de posgrado, sin olvidar todo el campo de la educación no formal, y va de la mano de la construcción y fortalecimiento de los sistemas sociales científico-tecnológicos, con el fin de modificar las actitudes básicas de los agentes sobre los sistemas tecnológicos. Esto requiere profundas transformaciones institucionales, legislativas y estructurales en el Estado y en la actitud de todos los ciudadanos. La tarea es titánica, pero si no respondemos adecuadamente a este desafío, la sociedad del conocimiento en México y en América Latina no será sino una etiqueta vacía más. (LEÓN, Olivé, *La ciencia y la tecnología en la sociedad de conocimiento*. México Fondo de Cultura Económica, 2007, p. 74).

res propicien la participación de sus alumnos, para construir los aprendizajes que realizan, conectando el nivel de intereses y experiencias.

El presente, demanda una postura reflexiva ante los mensajes que se vuelven significativos y que recibimos de los medios de comunicación. Es necesario crear espacios para pensar los medios y recrear sus productos. Para Ballesta Pagán: “el tema de la relación o vinculación entre los medios de comunicación y la educación es una cuestión de entendimiento y de búsqueda de un modo de hacer, de una práctica que va más allá de una razón ocasional o paradójica”.¹²

¿Qué lograr para el futuro? Al menos una postura rígida ante el uso que los empresarios dan a los medios, cargado de mensajes políticamente tendenciosos o inocuos, consumistas y enajenantes. O bien la exigencia de un Estado garante, capaz de extraer de los medios una idea fresca y clara de la res-pública, la República, para que la ciudadanía pueda confiar en los medios de comunicación como eso: mediadores entre la realidad y la ciudadanía, reincorporándoles la certeza suficiente para que la educación y los medios superen su clima de desconfianza y divorcio.

De lo que se trata es de desarrollar una educación de cogestión, poderosa y éticamente relevante, cargada de verdad y a la vez de realismo e interés.

¹² BALLESTA PAGÁN, *op. cit.*