

Comunicación y educación

JUAN CARLOS TEDESCO / Universidad Nacional de San Martín (Argentina)

Nadie duda actualmente acerca de la importancia crucial que ha adquirido la comunicación en nuestra sociedad. Las tecnologías han revolucionado tanto las formas de comunicar como los modos de producción de los contenidos de la comunicación. El reciente libro de Manuel Castells sobre este tema (*Comunicación y Poder*, Madrid, 2010), brinda un panorama completo que pone de relieve varios puntos fundamentales que deben ser tenidos en cuenta por los educadores.

En primer lugar, es preciso tomar conciencia del significado que tiene la centralidad de la información y la comunicación en la sociedad. Las Tecnologías de la Información y la Comunicación han provocado una profunda modificación en la estructura social, que tiende a funcionar en lo que Castells llama *sociedad red*. De acuerdo a su análisis, gracias a las Tecnologías de Información y Comunicación disponibles la sociedad red puede desplegarse plenamente, trascendiendo los límites históricos de las redes como forma de organización e interacción social. Pero la red funciona con una lógica binaria de *inclusión-exclusión*, que tiende a provocar mayores posibilidades de intercambio entre los miembros de la red pero mayor distancia y fragmentación entre los que integran la red y los que no la integran. Desde esta perspectiva es posible comprender la naturaleza de los fenómenos de exclusión social que definen hoy la situación de una parte importante de la población.

En segundo lugar, su análisis permite apreciar la formidable *concentración* de la producción y distribución de información y conocimientos que se ha producido en la sociedad. Si bien existe una significativa ampliación tanto de las audiencias como de las vías por las cuales se accede y circula la información, todas estas formas diversas están concentradas en las manos de un reducido grupo de empresas, que tienen no solo la capacidad de distribuir sino de producir información. La actividad de estos grupos concentrados de empresas está regida por las leyes del mercado, razón por la cual se produce y distribuye aquello que se vende y no necesariamente lo que constituye el patrimonio cultural de una comunidad.

El tercer punto se refiere a un aspecto que afecta más directamente a nuestra actividad como educadores: la tensión entre la creciente complejidad del mundo que nos rodea y la tendencia a simplificar y a entretener que asumen los medios de comunicación.

El *info-entretenimiento* es la modalidad habitual con la cual los medios de comunicación, particularmente la televisión, difunden sus mensajes. El ciudadano actual se ve confrontado a una situación paradójica y altamente riesgosa para la democracia: si bien, por un lado, los problemas exigen cada vez más información y conocimientos para ser comprendidos, por el otro los medios de información tienden a simplificarlos y a empobrecer la capacidad de comprensión. Las campañas electorales son probablemente el ejemplo más claro de esta tendencia a convertir a los ciudadanos en "avaros cognitivos", como sostiene Samuel Popkin en sus análisis sobre el comportamiento de los votantes americanos. La existencia de estos dispositivos y de sus dinámicas de com-

"Por un lado, los problemas exigen cada vez más información y conocimientos para ser comprendidos; por el otro, los medios de información tienden a simplificarlos"

portamiento modifica el papel de la escuela y de la educación. Tres aspectos por lo menos deberían ser tenidos en cuenta en una política educativa al respecto: (i) enseñar el manejo crítico de los medios de comunicación, (ii) promover sentido público en el uso de los dispositivos tecnológicos y, (iii) desarrollar activas estrategias de comunicación de nuestras ideas y proyectos, tanto a nivel macro político como micro institucional.

ENSEÑAR EL MANEJO CRÍTICO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Es importante partir por reconocer que la escuela ha sido muy activa en esta tarea. Desde hace tiempo existen experiencias educativas importantes sobre la introducción de los diferentes medios en la escuela, como contenido curricular y como recurso didáctico (*El diario en la escuela*, *La radio en la escuela*, etc.). La hipótesis de base de estos proyectos consiste en sostener que la mejor manera de enseñar el manejo crítico de un medio de comunicación es enseñar cómo se produce dicho medio. Si uno conoce cómo se hace un diario, cómo se produce un programa de televisión o de radio, podrá leer, ver o escuchar más reflexivamente un programa desarrollado en dicho medio. Como muchos de los proyectos innovadores, el problema más serio en estas actividades es el carácter limitado de su cobertura. Suelen ser programas que involucran un reducido grupo de escue-

las y de alumnos cuando, por su importancia, deberían ser universales.

PROMOVER SENTIDO PÚBLICO EN EL USO DE LOS DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS

La propiedad de los medios de comunicación está fuertemente concentrada en grupos multimedia. Estos grupos operan con la lógica de las demandas del mercado. Pero debemos reconocer que aun los servicios públicos de comunicación subutilizan las posibilidades educativas de los medios. El caso más significativo es el de la televisión. Durante mucho tiempo los educadores hemos criticado duramente el papel de la televisión, como si dicho papel estuviera determinado por el diseño tecnológico de la televisión y no por los contenidos específicos que ella transmite. Es cierto que el dispositivo tecnológico de la televisión tiende a concentrar el poder en el emisor y relega al espectador a un rol de receptor pasivo.

Pero más allá de la discusión acerca del papel pasivo o no de la percepción, lo cierto es que una parte de la responsabilidad de la baja calidad de la televisión se debe a la escasa participación en ella de los sectores culturalmente más importantes en cada país. Los intelectuales se resistieron a utilizar la televisión como un medio de difusión de ideas, valores y actitudes democráticas. Recordemos, al respecto, los textos de autores como Bourdieu o Popper, por ejemplo. Algunas experiencias recientes - como las del canal Encuentro, en Argentina - ponen de manifiesto la enorme potencialidad educativa de la televisión cuando se comprometen en ella los intelectuales y artistas de primer nivel. Asimismo, es necesario llamar la atención del sector privado, particularmente de las empresas, que financian con sus avisos publicitarios a los programas de la televisión "basura" y luego reclaman por el supuesto deterioro moral de la sociedad.

COMUNICAR NUESTRAS IDEAS, PROYECTOS Y ESTRATEGIAS

Por último pero no menos importante, debemos asumir la necesidad de incorporar la comunicación como un aspecto central de la tarea de las instituciones y organismos de acción educativa, desde el centro escolar hasta los ministerios de Educación. Nuestros proyectos institucionales y nuestros proyectos político-pedagógicos deben ser conocidos por todos los actores que participan en su desarrollo. Ese conocimiento implica participación, discusión, concertación, diálogo.

Pero todas estas operaciones serán fértiles si se apoyan en un adecuado conocimiento de las intenciones y de las lógicas que explican nuestras acciones. Un director de un centro y un ministro de Educación, para poner los dos extremos de la escala, deben comunicar sus proyectos a todos aquellos que están involucrados en su desarrollo. Comunicar para convencer y para generar adhesión, factores claves en el éxito de nuestras estrategias.

En síntesis, es necesario que consideremos la comunicación como una dimensión fundamental de la educación en todas sus facetas, desde el diseño de las políticas hasta los contenidos curriculares y los métodos de enseñanza.

La educación es mucho más que una forma de comunicar, pero en el contexto social y tecnológico en el cual nos movemos actualmente, no podemos ignorar el aporte y las exigencias que provienen del mundo de los medios de comunicación.

