

EL RETO DE ENSEÑAR FRENTE A LA CULTURA MEDIÁTICA

*Pamela Vestfrid
Universidad Nacional de La Plata (Argentina)*

Introducción

La intención de este artículo es aportar a la reflexión de una problemática que transcurre actualmente en la institución escolar, su distanciamiento de la cotidianeidad de los niños y jóvenes. Estos sujetos son portadores de otros saberes que rebasan la tradicional cultura escolar y se forman también a partir del contacto con los medios de comunicación como la televisión y la computadora. De allí, urge la necesidad que se reconozcan las características de las nuevas subjetividades que se han constituido en la sociedad a partir de los últimos veinte años.

Asimismo, se propone sistematizar las diferentes posturas que desde la escuela se han mantenido en vinculación con los medios: ignorándolos, retomándolos acríticamente o promoviendo una educación en medios. Esta última línea superadora postula el rol estratégico que deben asumir los docentes para promover en sus alumnos capacidades que les permitan ejercer un consumo crítico de medios, pero también el lograr desarrollarse en tanto productores de medios, generando productos comunicacionales en los que puedan hacer circular su voz.

La cultura escolar

La institución escolar continúa basándose en los principios que le dieron identidad en sus comienzos: homogeneidad, jerarquización, sistematicidad, orden y secuencia lineal. Sin embargo, el contexto en el cual dicha institución se inserta ha cambiado radicalmente, pero la escuela permanece inmutable.

Los niños empiezan a recibir un tratamiento diferencial en la modernidad cuando se los distingue de los adultos debido a su carácter de "incompletud". La infancia se concibe como una etapa de transición y formación para la vida adulta.

En el marco de la constitución de las nuevas sociedades, era necesario organizar instituciones capaces de producir un efecto formativo y "normalizador" sobre una niñez que, por sus pertenencias familiares, poseía diversidades sociales y culturales. De este modo, se consolida la escuela como un dispositivo creado por la pedagogía moderna y los Estados nacionales para "normalizar" la infancia y modelar a los futuros ciudadanos.

La función de la institución escolar era lograr que los alumnos hablen de cierta manera, se sienten en lugares preestablecidos, sigan ritmos de aprendizaje prefijados, participen de los rituales colectivos, acaten la autoridad docente, sean obedientes, higiénicos y aplicados.

Si bien, el Estado sancionó leyes de obligatoriedad escolar, la acción de la escuela se legitimaba en la fuerte asociación existente entre familia y escuela. Las familias percibían que la escuela "servía" porque orientaba a sus hijos a través del esfuerzo hacia un futuro mejor.

La escuela se convirtió en el ámbito privilegiado de acceso a la cultura "legítima" a través de la transmisión y reproducción de determinados conocimientos, dejando fuera de las aulas las

manifestaciones propias de las culturas populares. La cultura escolar se centra en la enseñanza de la escritura y la lectura, y los libros de texto son los instrumentos fundamentales para la transmisión de conocimientos y valores.

El dispositivo escolar se sustentaba además en una relación inmodificable y asimétrica entre maestro y alumno. El lugar del docente era el del adulto que sabe frente a un niño-alumno que no sabe o posee conocimientos vulgares que debe superar.

Según Susana Bermúdez a partir de los años 70, en el contexto de crisis económica y debilitamiento del Estado de Bienestar, la utopía "igualadora" se fue desmoronando. La escuela no lograba generar el ascenso social esperado, pero asimismo se la responsabilizaba de reproducir las diferencias sociales.

En este marco, la cultura escolar pretende mantener sus rituales, pero estos ya no generan la carga simbólica de antaño, frente a alumnos que son, desde muy pequeños, socializados por un entorno massmediático.

La cultura mediática

Las nuevas generaciones viven una experiencia cultural nueva, desarrollan una percepción caracterizada por la celeridad y fragmentación de los discursos audiovisuales y multimediales. Así, los niños y jóvenes circulan por un universo cultural que se rige por una lógica y valores muy disímiles a los que legitima la cultura escolar.

Se produce un quiebre entre las vivencias que los alumnos experimentan fuera de la escuela y el modelo escolar de transmisión de conocimientos. Los estudiantes son portadores de culturas diversas, poseen otros lenguajes y saberes que, habitualmente, no son reconocidos en el ámbito escolar.

El interrogante clave que plantea Susana Bermúdez frente a la problemática mencionada es pensar si es posible reducir la distancia cada vez más grande entre la cultura escolar y la cultura mediática, reconociendo que ambas constituyen en la actualidad el espacio común de la formación de las subjetividades.

En las últimas décadas, el avance del mercado y la "cultura del consumo" modificaron el proceso de socialización infantil fundado en la alianza escuela/familia. En la actualidad, los niños empiezan a ser interpelados por los medios y el mercado antes de ingresar a la escuela y, a diferencia de lo que ocurría en los principios de la escolarización, los chicos poseen una experiencia cognitiva desarrollada a través de la interacción con las nuevas agencias de conocimiento.

No obstante, es necesario conceptualizar el consumo como un proceso más complejo que el simple acto compulsivo de adquirir objetos. Considerar los consumos culturales implica encauzar la mirada en los procesos y las prácticas de apropiación simbólica que realizan los sujetos inmersos en una cultura, en donde el mercado no sólo promueve la diversificación de bienes y servicios, además establece modos de identificación a través de la posesión y uso de los objetos y crea expectativas en relación con lo que no se tiene.

De esta forma, la "cultura del consumo", transmitida por los medios, invade la cotidianeidad con imágenes y publicidades de productos, generando nuevas prácticas culturales que trastocan el

lugar social asignado a la infancia en la sociedad moderna, cuyos integrantes son interpelados en tanto potenciales clientes.

Para aquellos que no pueden consumir, les espera la “invisibilidad social”, la exclusión y la marginalidad. Más allá del consumo material, se insta un consumo simbólico que determina pertenencias, comportamientos y distinciones sociales.

La nueva forma de pedagogización de la infancia se basa en la redituable alianza entre mercado y medios. El mercado necesita crear un entorno donde los objetos adquieran “valor”, se vuelvan “deseables” para los millones de chicos que pueden tenerlos y también para los que no pueden adquirirlos.

Mientras que la escuela tradicional anhelaba a la homogenización y la construcción de una identidad única, el mercado agudiza la fragmentación social, segmentando audiencias, diversificando la oferta de productos y mercaderías de acuerdo con gustos, intereses, edades, nivel adquisitivo, etcétera. Frente al desmoronamiento de los referentes tradicionales que cohesionaban la vida social como la familia, la escuela y la Nación, surgen las distintas “tribus urbanas” que se aglomeran en torno a consumos, gustos, experiencias y adscripciones identitarias específicas, delimitando espacios diferenciales y desiguales.

En estos nuevos procesos de socialización, el grupo de pares cobra importancia central en la transferencia de códigos y reglas; con los amigos se aprende y se crean comunidades de sentido compartido. De esta manera, los jóvenes se organizan sin la intermediación de adultos o instituciones educativas, que suelen negar la existencia de otros lenguajes y modos de apropiación distintos a los reconocidos por la institución escolar.

Según Susana Bermúdez, frente a las diversas maneras de ser niño, niña, adolescente, joven, la escuela suele reaccionar de forma conservadora, considerando negativamente las múltiples manifestaciones culturales, culpabilizando a los medios por influir en el imaginario infantil y a las familias por haber abandonado la alianza.

Nuevas subjetividades y consumos mediáticos

Numerosos especialistas que analizan la cultura contemporánea se refieren a las nuevas generaciones nacidas y formadas en el contexto de la cultura mediática a través de la expresión “generación multimedia” o “generación del *mouse*”. Otros prefieren utilizar la categoría de “nativos digitales” y diferenciarlos de los “inmigrantes digitales”.

Se suele hacer referencia a una primera alfabetización, centrada en el libro y la cultura impresa, y luego a una segunda alfabetización que abarca las múltiples escrituras que conforman el mundo audiovisual e informático. Dichas modificaciones no implican el reemplazo de un modo de leer por otro, sino la compleja articulación de uno y de otro. De acuerdo con la mirada de Roxana Morduchowicz, es por esta multiplicidad de escrituras que transcurre hoy la construcción de ciudadanos que puedan leer productos comunicacionales pertenecientes a cualquier tipo de lenguaje comunicacional.

En ese sentido, muchos especialistas agregan que tras el advenimiento de los medios de comunicación, la cultura popular y las nuevas tecnologías se produce un doble fenómeno: por una

parte, el saber ya no se encuentra sólo en el libro, los niños y jóvenes pueden acceder a mucha información por fuera de ese formato; y por otro lado, la destemporalización, lo cual implica que no hay edades para aprender ni un horario fijo, sino que en la actualidad el aprendizaje se desarrolla a toda hora y todo el tiempo debido a la presencia permanente de los medios en la vida cotidiana. Como consecuencia, la escuela ya no posee el monopolio del saber y muchos maestros se amparan en el libro porque se sienten allí menos interpelados por un universo de significaciones que no siempre pueden decodificar.

Para los niños y jóvenes los medios constituyen una actividad recreativa pero también se erige como una fuente de información. Los medios influyen sobre la manera en que los chicos perciben la realidad e interactúan con el entorno. Los chicos y jóvenes circulan por un mundo de dinamismo, de fragmentación, de inmediatez; en el que todo es simultáneo.

Roxana Morduchowicz expresa que aunque la escuela mantenga una relación reticente en relación con la cultura popular, para los niños y jóvenes éste es uno de los pocos espacios que, en su propia percepción, les pertenece y en el cual sienten que se habla de ellos y a ellos. La cultura popular, entendida como aquella que construyen los medios de comunicación, la música, el cine y otras expresiones, es para muchos niños y jóvenes el lugar desde el cual dan sentido a su propia identidad.

Morduchowicz, quien ha analizado el consumo mediático de niños y jóvenes, postula como característica central la simultaneidad. Actualmente, los chicos pueden navegar por internet, mirar TV, escuchar música y hacer la tarea al mismo tiempo. Así, describe una generación que razona y aprende de manera diferente de como lo hacen los adultos, lo que se convierte en un nuevo desafío para padres y educadores. Además, señala en vinculación con el consumo simultáneo de los medios, que los medios no se sustituyen ni se excluyen, sino que se complementan y se suman. Es decir, un joven que pasa varias horas en la computadora, no deja de lado ni la televisión ni la lectura de un libro.

Contrariamente a la idea que afirma que los medios masivos de comunicación no educan, algunos autores plantean una perspectiva opuesta. Sostienen que la televisión le enseña a los niños y jóvenes contenidos y comportamientos. Ejemplos de contenidos como la contaminación, tipos de dinosaurios, etcétera. Y conocimientos relativos a comportamientos sociales como saludar, sentarse en la mesa, etcétera. Así, los medios son educativos porque influyen sobre lo que los niños aprenden y sobre la manera en que aprenden.

En cuanto al análisis de los consumos mediáticos de los niños y jóvenes, una variable clave a tener en cuenta es la clase social de pertenencia que permite ciertos accesos y clausura otros. Según Morduchowicz la televisión es el medio de comunicación con mayor presencia en los sectores populares. Dichas familias no tienen la posibilidad de adquirir el periódico y prácticamente no escuchan la radio en su casa. En estos hogares, la televisión suele encenderse a la mañana y se apaga muy tarde en la noche. Los miembros de la familia viven en general en una sola habitación y la pantalla ocupa un lugar central en un espacio reducido.

En los sectores bajos la televisión está presente a lo largo de la jornada. Y mirar televisión carece de una significación negativa, porque es ella la que les permite incorporar nuevos saberes,

prácticas y aprendizajes. Además, por razones económicas no cuentan con la posibilidad de realizar otros consumos mediáticos o actividades recreativas en su tiempo libre.

En ese sentido, Morduchowicz resalta que para los niños y jóvenes de bajos recursos la televisión desarrolla una importante “función compensatoria”, que no se reduce a la sustitución de actividades lúdicas a las que no tienen acceso. La televisión cumple en estos contextos un importante papel social. Cuando los barrios en los que viven son peligrosos, o cuando tienen que quedarse en sus casas para atender a sus hermanos más pequeños, la televisión es el nexo con ese mundo al cual no acceden sino a través de la pantalla.

En oposición, en las familias de sectores medios, la televisión está encendida para ver programas determinados en horarios concretos y no participa de los rituales familiares. Además, es un consumo privado y solitario, ya que muchos niños y jóvenes poseen los aparatos de televisión en sus habitaciones, lo cual conlleva a que no compartan ni conversen con sus familiares sobre los consumos mediáticos que realizan. Su relación con la televisión es más reticente. Se la acusa de ocupar el lugar de actividades más productivas como leer, practicar un deporte o jugar con amigos.

La institución escolar y su rol como formadora en relación con los medios

Los educadores han tenido a lo largo del tiempo distintas posturas en torno a los medios masivos de comunicación. Una de las reacciones ha sido defensiva, vislumbrando a los medios en tanto amenaza. La acusación principal se vinculaba con la masificación del saber. Los medios difundían a todas las clases conocimientos que tradicionalmente constituían un privilegio para unos pocos. Asimismo, el lenguaje audiovisual es conceptualizado de una manera marginal en relación con la cultura impresa. Por último, se postulaba que los receptores pasivos eran manipulados por las ideas que los emisores transmitían a través de los medios.

Otra actitud hacia los medios desde la escuela ha sido el retomarlos, pero sin ejercer ningún tipo de crítica o análisis sobre las ideas y representaciones que a través de ellos se difunden sobre diferentes problemáticas como el rol de la mujer, el ser joven, el trabajo, la idea de belleza, etcétera.

A partir de estas dos posiciones, Morduchowicz propone una tercera, “la aceptación crítica”, que consiste en no condenar ni de idealizar a los medios. Éstos no son ni buenos ni malos, encierran contradicciones y lo único que no se puede hacer desde la escuela es ignorarlos. Esto constituye el sentido de lo que se denomina “una educación en medios”.

Esta postura superadora comprende dos cuestiones. Por un lado, que desde la institución escolar se forme a los niños y adolescentes para que puedan analizar y evaluar los medios, teniendo en cuenta su utilización, su historia, las representaciones que transmiten, los accesos de los diferentes grupos sociales, entre otras cuestiones relevantes. En segundo lugar, que los niños y jóvenes además de desarrollarse en tanto receptores críticos puedan transformarse también en productores culturales, transmitiendo sus opiniones a través de experiencias educativas que impliquen la realización de productos comunicacionales como una revista digital o impresa, un programa de radio, un blog, entre otros.

Comentarios finales

A lo largo de estas páginas, se pretendió sistematizar las miradas de destacados especialistas en torno a los medios y la escuela, con el fin de aportar a la articulación del campo de la educación y la comunicación social.

Los docentes desde la institución escolar deben promover distintas competencias como enseñar a los niños y jóvenes a reflexionar en torno a los medios, a debatir acerca de los consumos mediáticos que realizan, las ideas que se difunden desde los medios, a que puedan distinguir la validez de una fuente de información, etcétera.

De esta forma, los educadores tienen que abordar con sus alumnos los medios de comunicación y las tecnologías de una manera que permita su problematización pero también la producción. Se promueve así una educación en medios que revalorice la cultura de los propios alumnos, para quienes los medios de comunicación y la cultura mediática constituyen una parte esencial de su cotidianidad y su identidad cultural.

Bibliografía

ARENES, Carolina. "La escuela ante el desafío de la cultura mediática. Entrevista a Roxana Morduchowicz", Buenos Aires, Diario *La Nación*, 22/03/2009, disponible en www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=597295.

BERMÚDEZ, Susana (s/d) Cultura escolar - Cultura mediática. Apuntes para un encuentro. Buenos Aires, Documento de reflexión y perfeccionamiento para docentes. Programa Medios en la Escuela. Ministerio de Educación. Dirección General de Educación. Disponible en www.buenosaires.gov.ar. Consultado en marzo de 2009.

MORDUCHOWICZ, Rosana. El diario y la formación de un ciudadano democrático. España, revista Comunicar, Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación, 2009. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/158/15800424.pdf>

MORDUCHOWICZ, Rosana. "Los medios de comunicación y la educación: un binomio posible. España", *Revista Iberoamericana de Comunicación*, N° 26, 2001. Disponible en <http://www.rieoei.org/rie26a05.htm>

MORDUCHOWICZ, Rosana. "Televisión: Un acto cada vez más privado", Buenos Aires, Diario *Página/12*, 31/08/2008, Disponible en <http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/espectaculos/8-11123-2008-08-31.html>

TOSI, María Cecilia. "Roxana Morduchowicz: No hay que tenerle miedo a la tecnología", Buenos Aires, Diario *La Nación*, Entrevista, 25/09/2009, disponible en http://www.lanacion.com.ar/nota.asp?nota_id=1001572