

Extrait du El Correo

<http://www.elcorreo.eu.org/Educacion-para-decodificar-los-medios-en-tiempos-de-neoliberalismo>

Educación para decodificar los medios en tiempos de neoliberalismo

- Empire et Résistance - Bataille pour l'information -

Date de mise en ligne : dimanche 18 avril 2004

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

Por Roberto Aparici

[Rebelión](#), 15 de abril de 2004

1. - Introducción

El neoliberalismo es un proyecto económico y político que se ha extendido a escala planetaria y cuyos principios ponen en tela de juicio la vida democrática tal como la entendíamos hasta hace poco tiempo. Para el neoliberalismo los principios económicos priman sobre los políticos. Una de sus características más importantes es la de acabar con el capitalismo débil que cedió a las reivindicaciones obreras y a los programas de partidos de izquierda.

Para Eduardo Álvarez Puga (1996) el objetivo del neoliberalismo es dismantelar el proteccionismo y el conjunto de medidas que ha dado lugar al nacimiento del llamado Estado de Bienestar. Este autor señala que el modelo neoliberal tiene por finalidad :

- ▶ Reducir al mínimo posible las competencias estatales, es decir limitar sus funciones al mantenimiento del orden público y la política de defensa contra los enemigos exteriores.
- ▶ En el orden económico, el Estado debe velar exclusivamente por el cumplimiento de las condiciones legales para dar protagonismo a la libre iniciativa y a las reglas del mercado.
- ▶ Desreglamentación de todas las ordenanzas legales que frenan la libre competencia, con especial atención en la flexibilización de las plantillas laborales y el despido libre de los trabajadores.
- ▶ Disminución de las prestaciones de la seguridad social y privatización de la medicina, la educación y otros servicios públicos que en la actualidad son deficitarios.
- ▶ Supresión de las barreras aduaneras y de las trabas fiscales que crean obstáculos artificiales a los intercambios internacionales"

¿De qué manera afecta este modelo económico a la educación en general ?

Las consecuencias de la situación económica que vivimos hoy no se traducen de manera inmediata en el campo educativo. Los resultados serán visibles dentro de unos años. El estado de la educación hoy es producto de un proceso que ha vivido la sociedad española en los últimos tiempos. Por consiguiente, una evaluación sobre el futuro de la educación tendrá que partir del análisis de los principios económicos que sustentan el proyecto neoliberal.

2. -Formación y Medios

En este fin de siglo ya no es suficiente saber leer y escribir códigos lingüísticos para comprender la realidad. Aquel individuo que no tenga los instrumentos para decodificar los mensajes de los medios puede llegar a ser identificado como un nuevo tipo de analfabeto.

La "Association for Media Literacy" (AML) con sede en Toronto dice que la alfabetización audiovisual es la capacidad de decodificar, evaluar y comunicarse en una variedad de medios. (Vídeo, ordenadores, radio, prensa,

televisión, etc.).

La educación para los medios es el estudio de los medios de comunicación en contextos educativos con el fin de conocer las construcciones que hacen de la realidad. Este tipo de estudio no es sólo de carácter teórico sino también de carácter práctico y vivencial donde se ponen en juego, sobre todo, diferentes dinámicas de comunicación y producción.

El objetivo de la educación para los medios no es formar futuros profesionales de la televisión, de la radio, de la prensa o de la informática, como tampoco el objetivo de ofrecer instrumentos de análisis en ciencias sociales es que los estudiantes alcancen su especialización en sociología, ni tampoco el estudio de la lengua y la literatura tiene por finalidad hacer de cada joven un escritor. La educación para los medios es, sobre todo, una formación en los valores y en la comunicación y, por consiguiente, tiende a complementar la formación en la ciudadanía y la democracia que se hace en el resto del currículum. La preocupación social que comienza a manifestarse sobre los niños y los nuevos medios está estrechamente vinculada a dos factores : por un lado, el tiempo que dedican a la televisión, ordenador, radio, etc. y, por otro lado, los valores y representación que transmiten estos medios.

K. Tyner (1995) dice que los peligros de no analizar el contenido de los medios de comunicación son mayores para la población de niños y jóvenes por encontrarse estos entre la audiencia más numerosa y menos sofisticada de la sociedad. Señala que : "Si fracasamos en ayudarles a adquirir una formación audiovisual que les permita analizar de forma crítica lo que ven, contribuiremos a que desarrollen visiones de sí mismos controladas por personas ajenas a ellos y a nosotros mismos, cuyos valores y visiones podemos no compartir".

Lo que pretende la educación para los medios es que niños y jóvenes logren un cierto control sobre el uso que hacen de los medios de comunicación, es decir que si se les ofrece unas pautas de análisis adecuadas y una propuesta pedagógica y comunicativa reflexiva, crítica y lúdica tengan instrumentos para tomar decisiones autónomas sobre los mensajes que reciben de los diferentes medios de comunicación.

En ese sentido, Tyner (1995) afirma que :

"La persona que posea una formación de este tipo estará capacitada para describir el papel que la comunicación cumple en su vida, en términos de cómo la utiliza y en qué cuantía. Podrá entender, además, las convenciones básicas de los diferentes medios, disfrutando así de un modo deliberadamente consciente (...) Una persona con una correcta formación en cuanto a medios de comunicación se refiere, controla sus experiencias con ellos"

3. -Enfoques en la educación para los medios

En estos momentos conviven diferentes enfoques de educación para los medios : el vacunador, el discriminador, el tecnológico, el crítico, el centrado en el receptor.

Enfoque vacunador : en este modelo el objetivo es luchar contra los medios de comunicación. Es un enfoque muy extendido en el campo de la educación. Muchos creen que la educación para los medios es una cruzada con el fin de salvaguardar a niños y jóvenes de la enfermedad que inyectan los medios. Másterman (1993) dice que en este modelo se permite la entrada de una pequeña porción de los medios en la clase sólo para vacunar al alumno de un modo más eficaz contra ellos.

Enfoque discriminador : Este modelo tiene por objetivo que distingan las grandes obras audiovisuales de las populares. Se basa en principios estáticos. Suelen utilizarse en clase películas consideradas obras de arte o

programas de televisión de alto nivel educativo o cultural. Este enfoque también extendido entre los docentes de todos los niveles de la enseñanza, en palabras de Másterman, pretende capacitar con el fin de poder diferenciar entre una película buena y una mala, un programa de televisión auténtico y uno vulgar, una obra de cultura popular y la que sólo es comercial.

Enfoque tecnológico : este modelo pretende hacer de cada alumno un técnico. Este enfoque está muy extendido entre los docentes que utilizan, sobre todo, el vídeo o el ordenador y el objetivo es un conocimiento de las máquinas, una aproximación mecánica a ellas con el fin de obtener resultados sin que se reflexione sobre la producción o el proceso que se ha llevado a cabo. Las estrategias de marketing desarrolladas en todos los sectores de la sociedad han impuesto este modelo en contextos educativos que vinculan a los medios, sobre todo, los informáticos con la eficiencia.

Enfoque crítico : este modelo estudia los medios como parte de la industria cultural. Desmitifica los principios que fundamentan a la Sociedad de la información y de la comunicación. El objetivo es deconstruir los elementos que pueden ser objeto de análisis : las representaciones, los textos, la tecnología, el substrato económico, ideológico y político. Los medios se utilizan y producen en clase con el fin de conocer todo el proceso de producción, transmisión y difusión.

Enfoque centrado en el receptor : este modelo se preocupa por formar a las audiencias con el fin de que su actuación no se limite a ser sólo consumidores de mensajes sino a tener poder de decisión en los medios de comunicación. Este enfoque capacita a la sociedad civil con el fin de que tengan una presencia activa en los medios. Pretende que las decisiones que se toman sobre las audiencias no sean sólo las de tipo económico que refuercen el poder de los medios, sino que se establezcan canales de negociación para que la voz de la sociedad civil tenga una presencia real en el contenido y enfoque democrático de los medios. Pero la educación para los medios no debe limitarse a la sociedad que utiliza los medios sino también a los profesionales de los medios. En ese sentido Guillermo Orozco (1996) dice que es imprescindible la formación democrática de los profesionales de la comunicación : los periodistas y los comunicadores. Por supuesto, son ellos los que materializan y concretizan el poder de la TV y los que podrían hacer mucho en favor de las audiencias si su compromiso en lugar de que fuera con los medios fuera con la sociedad, la democracia y los derechos humanos.

La formación democrática en la comunicación es determinante para el futuro de las democracias. Según Orozco : "Sin la competencia de los profesionales de la comunicación, ejercida con sentido democrático, el poder de la TV seguirá en aumento, y será aun más difícil contrarrestarlo socialmente".

4. - Modelos de formación

Pueden distinguirse tres grandes modelos para la formación docente en medios : tecnológico, tecnocrático y comunicativo.

Modelo tecnológico : es el modelo más extendido para la formación en medios. Suele ofrecerse información técnica acerca del funcionamiento de los equipos y puede incluir o no prácticas.

En la década de los 80 y comienzos de los 90, la formación a cargo del MEC estaba centrada en instruir a los docentes en el manejo de la cámara de vídeo, a fines de los 90 la gran preocupación se centra en el manejo del ordenador. En ningún caso se han ofrecido propuestas con el fin de analizar de qué manera la introducción de una tecnología afecta el proceso de enseñanza-aprendizaje. Esto significa que se han incorporado nuevas tecnologías al aula sin que se hayan realizado planteamientos renovadores para su utilización. De alguna manera, los medios aquí funcionan como extensiones de la pizarra o del libro de texto.

Este modelo y el tecnocrático utiliza, el enfoque tecnológico de la educación para los medios, acentuándose en el tecnocrático la dimensión eficientista.

¿Qué hace un docente que se ha formado en este modelo ?

Ha repetido una trayectoria para el manejo de los medios. Estrategia que, por lo general, transfiere luego en el aula con sus alumnos. Sin embargo, los docentes que no se limitan a tener una visión reproductora ni tecnicista de la realidad, a veces, incorporan planteamientos mediáticos, sociales o económicos cuando abordan en sus clases el uso de nuevos medios.

Modelo tecnocrático : En este caso, se trasladan los modelos empresariales eficientistas al campo de la formación, es decir, entrenar a muchos en muy poco tiempo. Suelen basarse en paradigmas neoconductistas. Aquí la tecnología en tanto cacharrería (es decir programas, botones o cables), prima sobre cualquier principio pedagógico. Esta concepción sitúa a los docentes como meros operadores técnicos y a la tecnología como transmisora del conocimiento.

En este modelo, los contenidos son establecidos de antemano y suelen respetarse secuencialmente como ocurría con la instrucción programada. El aprendizaje suele asociarse al adiestramiento.

¿Qué hace un docente que se ha formado en este modelo ?

Este es un enfoque mucho mas rígido que el anterior. A pesar de ser un modelo de formación extremadamente cerrado, muchos educadores pueden utilizar criterios más abiertos y no reproducir esta concepción. Pero, aquellos docentes que sienten admiración por las tecnologías sin que incorporen algún matiz reflexivo a su actividad, suelen utilizar un discurso de promoción del uso de las tecnologías similar al de los agentes de venta de las empresas informáticas. A tal punto que puede darse el caso de que al utilizar ciertos materiales detecten que no le pueden sacar mejor partido porque no tienen alumnos tan espabilados para que practiquen estos programas tan buenos.

Con este tipo de formación, los docentes no se plantean los principios pedagógicos ni las teorías de aprendizaje que sustentan las diferentes tecnologías o los programas que utilizan. Suelen evaluar positivamente que sus alumnos manejen los medios mecánicos, sin considerar el nivel de comprensión de la información consultada, ni la calidad de los conocimientos puestos en juego. Un alumnos puede recortar y pegar datos de una enciclopedia electrónica sin que ello signifique un conocimiento del tema aunque esté correctamente presentado y haya manejado la tecnología adecuadamente ¿qué procesos de reflexión, comprensión y crítica pueden desarrollar nuestros alumnos si hacen una utilización mecánica de un recurso ?

Modelo comunicativo : En este modelo pueden integrarse aspectos pedagógicos, técnicos y comunicativos. Se analizan las prácticas o no prácticas pedagógicas con los nuevos medios en el aula y se establecen diferentes enfoques en función de las necesidades de cada centro escolar.

La tecnología es sólo un recurso mas que puede facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Para este modelo, una cámara de vídeo, un ordenador, un lápiz o un bolígrafo son instrumentos que permiten la comunicación, la reflexión, la comprensión de la realidad.

Este modelo hace hincapié en la integración pedagógica de los medios, recurre a paradigmas constructivistas e interpretativos. Integra los planteamientos de educación para los medios correspondientes al enfoque crítico y al centrado en el receptor desarrollado en el apartado anterior.

¿Qué hace un docente que se ha formado en este modelo ?

Suele utilizar teorías de comunicación participativa a través de las cuales los alumnos son productores de textos audiovisuales o informáticos y los medios se convierten en objeto de estudio para comprender la construcción y representación que hacen de la realidad cada uno de ellos. Plantean relacionarse con la tecnología desde una doble perspectiva : la lúdica y la crítica.

¿Qué modelo de formación nos depara este contexto en el que estamos viviendo ?

La política educativa actual se basa en principios neoliberales que de ninguna manera alientan la participación, ni la crítica a las interrelaciones entre tecnología y sociedad. En cambio, favorece el vaciamiento de los contenidos de la reforma y el recorte de presupuesto en la formación del profesorado.

5. -El futuro de la formación en medios

Los programas de estudio de educación para los medios se han ocupado, fundamentalmente, de analizar cada medio en función de sus representaciones, de su tecnología, de los lenguajes que utilizan, de los textos que producen, de las audiencias, de sus productores y propietarios.

Esta disciplina se caracteriza a escala mundial y, en líneas generales, por enfoques que provienen del contexto social, político, económico y pedagógico de la década pasada o de comienzos de los 90.

Los programas de estudio que sigan respondiendo, solamente, a los planteamientos contextuales del pasado, difícilmente constituyan la respuesta pedagógica adecuada para el contexto audiovisual de los futuros adultos. Muchas de nuestras prácticas pedagógicas y comunicativas en nuestro campo parecen contemporáneas o modernas sólo en la superficie.

Atendiendo al contexto internacional y local el futuro de la formación docente debe incluir, al menos, contenidos y propuestas curriculares en torno a :

- ▶ A. La globalización
- ▶ B. El pensamiento único
- ▶ C. La democracia y la diversidad
- ▶ D. El exceso de información

A. La globalización

La globalización y la identidad local no son unos contenidos más que se pueden memorizar o incluir en un temario.

La formación para la globalización y la identidad local supone no sólo un cambio de los contenidos de la educación para los medios, sino también un cambio metodológico. Se trata de un aprendizaje DE y PARA EL CONTEXTO. Es un conocimiento que parte de la realidad y que constantemente remite a ella. Exige una aproximación al conocimiento internacional que no deje de lado la cultura nacional como algo folclórico. En este sentido, Eric McLuhan dice que se hace necesario una formación en lo "glocal", es decir que tenga presente, al mismo tiempo, la dimensión global y la local.

En ese interjuego de globalización e identidad local, es imprescindible ofrecer una serie de instrumentos que permitan conocer aspectos económicos vinculados con la comunicación y cómo la comunicación en manos de unas pocas empresas pueden controlar el conocimiento. En palabras de Ignacio Ramonet habría que vincular cómo los nuevos planteamientos económicos actúan en la construcción del pensamiento único a partir de toda la industria de los medios.

B. El pensamiento único

Para Ignacio Ramonet (1997) el pensamiento único es "la traducción a términos ideológicos de pretensión universal de los intereses de un conjunto de fuerzas económicas, en especial las del capital internacional".

Los principios que sustentan al pensamiento único son :

- ▶ Lo económico prima sobre lo político
- ▶ El mercado y, especialmente, los mercados financieros que orientan y determinan el movimiento de la economía.
- ▶ La competencia y la competitividad
- ▶ El libre intercambio sin límites
- ▶ La mundialización de la producción y de los flujos financieros
- ▶ La división internacional del trabajo
- ▶ La desreglamentación, la privatización, la liberalización
- ▶ El debilitamiento del Estado en favor del capital

Podemos decir que el pensamiento único es una ideología que empieza a tener características planetarias y que se podría sintetizar en el principio de que el mercado es el que gobierna y el gobierno quien gestiona. Hans Tietmayer, citado por Joaquín Estefanía, dice al respecto : "los gobiernos que no sigan estas consignas, los mercados les sancionarán inmediatamente, puesto que los políticos estarán en lo sucesivo, bajo el control de los mercados financieros, la fuente de autoridad más importante".

La cuestión que se nos plantea ante esta nueva situación es que si los poderes económicos son quienes tienen el poder de tomar decisiones,

¿qué sentido tienen las democracias y el poder político como los entendíamos hasta hoy ?
¿Qué papel jugamos nosotros como ciudadanos, como población civil en este juego de interrelaciones ?
¿Qué hacen los medios de comunicación en este sentido ?
¿Cuáles son las vinculaciones de los medios con el poder económico y qué tipo de relaciones establece con nosotros, sus públicos ?

Las preguntas que muchas veces nos hemos hecho son :

¿Qué hacemos nosotros con los medios ?
¿Y qué hacen los medios con nosotros ?

Pero agreguemos ahora :

¿qué hacen los medios en un contexto de globalización a escala mundial y desde una perspectiva, en primer lugar económica y luego política ?

Víctor Sáez (1997) dice que este modelo que prima lo económico sobre lo político supone la concentración de capitales en pocas y muy poderosas transnacionales. En el área de las telecomunicaciones, una tríada, constituida por los Estados Unidos, Japón y la Unión Europea, dominan el sector completamente. Este autor precisa que en el proceso de concentración multimedia al que estamos asistiendo en nuestros días se producen fusiones en las que, por ejemplo, empresas japonesas compran grandes productoras de cine estadounidenses. En cuanto a la producción de bienes y servicios de información y comunicación, la tríada controla el 90% del total de programas emitidos en el planeta. Se prevé que, en un futuro cercano, en el sector de la informática y de las telecomunicaciones, no habrá más de siete u ocho empresas a escala mundial.

En el caso de las telecomunicaciones, España ha formalizado durante 1997 dos alianzas, una con Portugal y otra con el Reino Unido y, en 1998, ha formalizado una nueva alianza, esta vez con Estados Unidos, que puede llegar a significar el control de las emisiones y la distribución en diferentes lugares del planeta.

Esta expansión va a afectar de diferente manera a los países implicados.

¿De qué manera va a afectar a quienes están en el norte y de qué manera a quienes están en el sur ?

¿Qué implican los acuerdos entre España, Portugal, el Reino Unido y Estados Unidos ?

Como todos sabemos, una de las más importantes fuentes de difusión y distribución de la información se da a través de la telefonía. El control de la telefonía y la difusión por ese medio significará el dominio de las comunicaciones en África, Latinoamérica y Asia. Regiones que también se reparten franceses, italianos, alemanes, portugueses y norteamericanos.

¿Qué va a ocurrir a nivel local ?

¿De qué manera introducir esta problemática en el contexto de la educación para los medios ?

¿Cómo se tratarían esos contenidos en España, en Portugal o en el Reino Unido y cómo en Brasil, Argentina o Nueva Zelanda ?

¿Se explicitará como contenido en un programa de educación para los medios o pasará a formar parte del currículum oculto ?

C. La democracia y la diversidad

El proceso de globalización de la economía (y con ella de la cultura, de los medios...) y el desarrollo del pensamiento hegemónico hacen necesario establecer estrategias divergentes y heterogéneas a nivel mundial. La homogeneización de la información pone en peligro principios democráticos.

¿De qué instrumentos se vale el mercado para la imposición de pautas y formas homogéneas a nivel internacional ?

La posibilidad de muchos medios de información no garantizan una información divergente y menos aún el desarrollo de estrategias que no refuercen el discurso establecido a través de los grandes medios. La escuela es uno de los pocos lugares donde se puede desarrollar planteamientos democráticos que permitan pensar la comunicación y los medios desde una perspectiva heterogénea. En la medida que cada joven conozca y haga suyo el proceso de comunicación que se desarrolle en el aula podrá comprender en carne propia qué significa silenciar al otro o manipular la participación. En síntesis, tendrá mas instrumentos para criticar el modelo imperante y comprender que la comunicación es un asunto que compromete a todos los ciudadanos, no sólo a los propietarios de los medios, a los que tienen posibilidades de emitir mensajes.

En estos momentos, España tiene dos plataformas digitales : una de carácter gubernamental a la que se han integrado empresas afines al partido político que está en el poder y otra de carácter totalmente privado y vinculada con un sector de la oposición al oficialismo ¿Qué van a significar las 100 ofertas televisivas que nos proponen las

dos plataformas digitales ? ¿Significa que van a ofrecer espacios para la divergencia y la disensión o se fortalecerá hasta el último resquicio el modelo ideológico que no tiene fronteras ni cortapisas ? En muchas partes del mundo se viven situaciones como ésta. Por ejemplo, en el Brasil, el control de la información está en manos de dos o tres grandes empresas y las más grandes están en connivencia con el poder político. En cada país toma una modalidad, pero todas ellas tienen algo en común : el fortalecimiento y desarrollo del pensamiento único. En muchos casos, con el fin de controlar el mercado las empresas de comunicación local se asocian o han sido adquiridas por multinacionales, que a su vez pueden tener alguna vinculación con las compañías telefónicas.

¿Este nuevo modelo no pretende la temida ex soviética del mundo pero con un signo ideológico totalmente opuesto ?

¿Estas no son acaso las profecías que hiciera Orwell, pero ahora, llevadas a la práctica, en un contexto hipercapitalista ?

Ante algunos de estos interrogantes ¿ qué papel nos cabe a los educadores, seguir siendo los agentes del sistema o, en la medida de nuestras posibilidades, proponer estrategias para la heterogeneidad y la autonomía ?

D. El exceso de información

En España tenemos, por ahora, más de 100 canales de televisión, las autopistas de la información siguen expandiéndose así como los multimedia y las nuevas tecnologías. ¿Qué ocurrirá con las posibilidades de apropiación crítica de esa gran producción informativa ? Como ya hemos dicho en otras publicaciones la apropiación crítica supone contar con una formación que permita analizar, sintetizar y jerarquizar.

Puede llegar a ocurrir que el exceso de información deje a buena parte de la población en una actitud pasiva. Es decir, no saber qué hacer con toda ella, sólo consumirla sin ningún tipo de criterio. Se nos ofrece la misma información en diferentes medios hasta llegar a una saturación que dificulta distinguir lo importante de lo accesorio, las causas de los efectos.

Si comparamos el exceso de información que recibimos a diario sobre un mismo tema, podemos comprobar que en muchas ocasiones los medios no hacen otra cosa que decir más sobre lo mismo sin explicar o argumentar las causas o el origen real de un conflicto.

El educador del nuevo milenio debe ofrecer instrumentos a sus alumnos con el fin de que no se pierdan ante la avalancha de información que les ofrecen y desarrollar filtros ante la repetición de mensajes que terminan naturalizando y convirtiendo en "normal" cualquier tipo de información o noticia.

Bibliografía

- ▶ Álvarez Puga, E. (1996) : Maldito mercado. Manifiesto contra el fundamentalismo neoliberal. Ediciones B, Barcelona.
- ▶ Aparici, R (1996) La revolución de los medios audiovisuales. Edic. de la Torre, Madrid.
- ▶ Aparici, R. y Sáez, V. (1997) Guía didáctica curso de medios de comunicación y manipulación. Programa de Matrícula Abierta. UNED, Madrid.
- ▶

Aparici, R. (1995) : ¿Y ahora qué hacemos con la educación para los medios ? IV Congreso Internacional Pé de Imaxe, La Coruña.

- ▶ Chomsky, N. y Ramonet, I. (1995) Cómo nos venden la moto. Icaria, Barcelona.
 - ▶ Estefanía, J. (1996) : La nueva economía. La globalización. Editorial Debate, Madrid.
 - ▶ Ianni, O. (1996) : Teorías de la globalización. Siglo XXI Editores, México.
 - ▶ Másterman, L. (1993) : La enseñanza de los medios de comunicación. Edic. de la Torre, Madrid.
 - ▶ Orozco, G. (1996) Televisión y audiencias. Edic. de la Torre, Madrid.
 - ▶ Ramonet, I. (1997) : Un mundo sin rumbo. Editorial Debate, Madrid.
 - ▶ Tyner, K. y Lloyd, D (1995) : Aprender con los Medios de Comunicación. Edic. de la Torre, Madrid.
-

* Fragmento de la conferencia impartida en la UNESCO (París, 1997). Este trabajo ha servido como marco para la creación del Máster en Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación.