

Borys Bustamante, Fernando Aranguren y Rodrigo Arguello  
Colombia

# Educación y televisión: una convergencia creativa

## Education and televisión: a creative meeting point

Este artículo asume la relación educación-comunicación como un núcleo problemático de particular importancia para examinar las interacciones y transformaciones que se generan para la vida escolar y la cotidianidad social a partir del auge generalizado de la cultura de la imagen y los medios electrónicos. La televisión ocupa en este contexto un lugar central y su influencia se deja sentir en uno y otro ámbito con diferentes tipos de manifestaciones. El análisis de esta incidencia y los retos que provoca cognitivamente y pedagógicamente son el objetivo primordial de la indagación que aquí se propone, específicamente lo concerniente a la recepción activa de televisión, la constitución de comunidades de uso y apropiación de la misma y su incorporación a los espacios y procesos pedagógicos como una necesidad inaplazable en la marcha actual del sistema educativo.

Taking into account the generalized spreading of image and electronic media, the relation between education and communication is a very important element to examine interactions and transformations generated towards the school and the social life. Television has a special impact on these contexts and its effects are manifested in very different ways. The incidence of television and the cognitive and pedagogical challenges issues are the main objectives of this study. The authors would like to approach especially aspects related to the active reception of television as a tool in the development of the teaching-learning process, which becomes a need within the current educational system.

### DESCRIPTORES/KEY WORDS

Educación-comunicación, discurso televisivo, recepción activa, competencia comunicativa; televisión educativa.

Education, communication, television speech, active reception, communicative competence, educative television.

**Borys Bustamante Bohorquez** es profesor de la Universidad Distrital «F° J. de Caldas» de Bogotá (Colombia) y director del Título «Pedagogía de la Comunicación» (espaprendizaje@udistrital.edu.co).

**Fernando Aranguren Díaz** es profesor de la Universidad Distrital «F° J. de Caldas» (Colombia) (fernaranguren@hotmail.com).

**Rodrigo Arguello Guzmán** es profesor asociado de la Universidad Tecnológica de Pereira (Colombia) (rodrea5@hotmail.com).

### 1. Presentación

Como ha ocurrido históricamente con los grandes fenómenos que determinan los cambios y reorientaciones del pensamiento y de las costumbres sociales y culturales en diversas épocas, en la nuestra, la televisión sigue siendo un elemento aglutinador de los más diversos procesos de opinión. Últimamente se enfatiza el análisis y la discusión en torno de la relación que debe existir entre educación y televisión, toda vez que, por su posicionamiento en un sitio privilegiado en la cotidianidad social, la televisión interviene e interfiere en

la mayoría de los ambientes por los que discurren las rutinas de grupos e individuos. Sobra recordar su carácter de institución social reguladora de las dinámicas colectivas, en su innegable capacidad para acompañar silenciosamente o en voz alta y con impulso dominante la generación de ideas y valores, así como la imposición de símbolos y referentes culturales y políticos en torno a aspectos esenciales para la comprensión y el funcionamiento de la dinámica social. Como se ha señalado suficientemente, la televisión ocupa un lugar sagrado en la estructura de la sociedad contemporánea y desde allí oficia de acuerdo a los parámetros e intereses que en un contexto particular determinan su funcionamiento.

Frente a ese carácter invasivo de la comunicación, liderada por el medio televisivo, la educación ha atravesado por diferentes etapas en cuanto a asumir una postura final ante las transformaciones que del contexto sociocultural se desprenden del auge de lo comunicativo. De una primera postura de cierre y hasta de rechazo, casi en una actitud defensiva, a una posición intermedia de apertura e interlocución con el dispositivo tecnológico y mediático, asistimos hoy con carácter prioritario a un horizonte de integración de contenidos, de recursos y de posibilidades de lo educativo y lo comunicativo, en donde la televisión va a mantener seguramente un rol determinante en la configuración de las estrategias pedagógicas y enculturadoras que comienzan a perfilar las sensibilidades y los imaginarios sociales predominantes en esta nueva centuria.

Es lugar privilegiado de la televisión, que en muchos sitios se convierte en factor de progreso y consolidación de procesos históricos particulares, que la convierte en institución multiplicadora de las principales dinámicas sociales y estructurales y en fuente de realimentación de distintos proyectos de inversión y desarrollo; en otras partes la convierte, por el contrario, en medio de impacto negativo o, por lo menos, acompañado de un alto nivel de duda en cuanto al carácter benéfico de su presencia y funcionalidad.

Es el caso de nuestro país, Colombia, cuya televisión, provista de una cobertura casi total de la geografía nacional, resulta problemática a la hora de efectuar los balances de su función social y cultural. Ese aspecto problemático se puede tipificar, por lo menos, en tres tópicos de análisis: por la concepción y naturaleza de su manejo económico e ideológico-político, por el tipo de programación predominante, por su carácter excluyente y poco o nada educativo. Analizar estos tópicos y justificar una propuesta de cambio y transformación del espíritu que rige los destinos de la televisión colombiana, son estos los temas que dan razón de este texto.

## 2. Lugar central de la televisión en el mundo contemporáneo

Pensadores y publicaciones (Postman, Debray, Sartori) provenientes de distintos ámbitos del conocimiento concuerdan en apuntar y resaltar el lugar central de la televisión en las sociedades contemporáneas. En mayor o menor grado, ésta es una realidad que se constata en cualquier región del planeta y se inscribe dentro de esa expresión que condensa, en la actualidad, el estado de cosas que se viven: un mundo globalizado, interconectado por una creciente red de tecnologías informatizadas, informativas y comunicativas, que todo lo acercan e integran en el concepto de lo digital. Vivimos, pues, la era de la sociedad digital (Cebrián), y asistimos a la marcha acelerada de la televisión por esa vía para seguir conservando su lugar central en un mundo virtualizado.

Es de resaltar que ese rol protagónico de la televisión también alude al predominio indiscutido de la imagen, de la expresión audiovisual, de la cultura electrónica mediática en la cotidianidad actual, sobre todo en la estrecha relación que con este tipo de expresiones mantienen las nuevas generaciones<sup>2</sup>. Esta situación pone a la televisión en un sitio privilegiado (Pérez Tornero, Postman, Debray) y la convierte en registro obligado del acontecer social, de tal forma que es la prolongación sensorio-cognitiva de nuestra experiencia de lo real y por medio de ella asistimos a la configuración y representación de lo real mismo. Por su modo de elaborar los contenidos, en la televisión todo es representación, espectacularización (Ferrés; González), lo que concita profundas transformaciones en las sensibilidades e imaginarios sociales y con ello se extiende su capacidad de influir en los individuos así como en la conformación de los esquemas colectivos de acción y pensamiento. Esto la convierte en institución reguladora de las dinámicas sociales, con alta capacidad de enculturación (Ferrés; González), lo que implica examinar su función estratégica al interior de la sociedad, sus relaciones con el poder económico y político, así como las demandas provenientes de la sociedad civil, para que toda su capacidad de mediación estratégica pueda ser canalizada y aprovechada en beneficio de la sociedad misma, y no sólo, o no solo mayoritariamente en beneficio de intereses particulares. Y es ahí donde aparece como imperativo político y moral el intervenir frente a ella para canalizar su influencia en términos de rendimiento social, de construcción de capital cultural, de fortalecimiento del equipamiento democrático; lo cual es imposible sino hay clara conciencia de ello, además de un uso crítico de la misma, esto es, una apropiación pedagógica del medio (Pérez y Aguaded).

### 3. Carácter problemático de la televisión en Colombia

En Colombia la televisión goza de un lugar privilegiado, lo que al mismo tiempo le confiere un carácter problemático a su presencia en el ámbito nacional. Lo problemático proviene de la serie de cambios que ha sufrido el medio a raíz del modo cómo se han implementado las políticas de comunicación, que a tono con el discurso de la globalización, han contribuido a fortalecer su excesiva privatización y el manejo del monopolio de su explotación, lo que en muchos aspectos se traduce en un emérito de la función pública que ha de cumplir, así como en excesiva dependencia de las fuerzas omnipotentes del mercado. Veamos algunos aspectos claves de esta cuestión:

El conflicto se inicia y se hace preponderante por la creciente tendencia de reducción de lo público a favor de la expansión de lo privado, acelerada entre nosotros por el auge de las políticas neoliberales y la globalización económica, asistimos a una fuerte privatización de la televisión en el país, lo que sugiere sin mayor esfuerzo el predominio de la lógica y los intereses del mercado sobre las demandas y expectativas sociales y culturales que sobre el medio se formulan distintos sectores de la población.

Esta tendencia mercantil promueve a la televisión más como un instrumento de producción tecno-económico que como institución reguladora de responsabilidad social o, en último caso, restringe sus potencialidades como espacio estratégico para la integración y representación sociopolítica del país a partir de las reales necesidades y aspiraciones de los diversos sectores sociales. De ahí que se vuelva muy discutible su retórica de construcción de la identidad nacional por cuanto se mantienen vigentes diversos mecanismos de bloqueo y exclusión política, lo que limita los verdaderos alcances de nuestro sistema democrático.

Su estrecha proximidad con los grandes intereses del sector privado y la marcha aleatoria del mercado, así como las pretensiones y finalidades instrumentales del poder político y del gobierno de turno, hacen de su discurso, de su programación, de su orientación última, algo muy próximo al discurso institucional dominante, lo que le resta representatividad y desvirtúa en alto grado su compromiso con el país real, con los intereses concretos de públicos y ciudadanos que querrían verse representados integralmente en la pantalla chica. Esto no es ajeno a la mediatización de lo político, que cada vez opta más por las formas espectaculares en detrimento de contenidos y verdaderos programas de acción social, de resonancia en cuanto a su significación para aportar realmente a la cons-

trucción de una cultura política y democrática que contribuya a fomentar en el país un ambiente de convivencia y tolerancia crítica para compartir un proyecto histórico en el que quepan todas las expresiones de la diversidad de lo nacional.

### 4. Algunas limitaciones del medio

En razón de lo expuesto, es factible señalar algunas de las principales limitaciones del medio televisivo en nuestro país. El marcado predominio de la programación orientada comercialmente como fin último, con criterio de empresa privada y orientada, por tanto, a la obtención de rendimientos económicos y financieros, en detrimento de una programación que consulte de forma más equitativa los intereses colectivos en sentido amplio. Esto trae como consecuencia que desde el medio se impulsen mecanismos de identidad y representación que hegemonizan los espacios públicos sin que desde el ámbito ciudadano se puedan canalizar las expresiones alternativas que convivan, neutralicen e interactúen con aquel discurso monopólico que imponen la pantalla chica.

La ausencia de la sociedad civil en lo que concierne al manejo económico y político del medio que, privado en lo fundamental de su naturaleza de servicio social, se convierte en algo ajeno a la sociedad misma, que no tiene acceso a los mecanismos de control y manejo del medio y, por consiguiente, tampoco dispone de los recursos ni condiciones para asegurarse un lugar protagónico en este campo<sup>3</sup>. De ahí el fuerte divorcio entre lo que dice, hace y muestra la televisión nacional y lo que sucede, siente y piensa el grueso del país real. Es preocupante, por decirlo en un tono más débil, la estrecha proximidad, la casi «total sintonía» entre el discurso oficial y el discurso de la televisión colombiana, lo que la asimila a caja de resonancia de un poder con grandes vacíos de legitimidad, con déficit de vocación y compromiso social o de ponderación crítica de la autenticidad cultural.

Por la inmensa mayoría de sus contenidos actuales la televisión colombiana privilegia el entretenimiento fácil, de fórmula en serie, redundante en materia de formatos y géneros expresivos que distorsionan la realidad del acontecer nacional. La versión más reciente de esta tendencia mercantil, que desconoce cualquier otro criterio diferente al de la rentabilidad comercial, está concentrada en la moda de los reality<sup>4</sup> que apelan a estimulaciones desproporcionadas de la agonía de lo público-social para comprometer a los más jóvenes en espectáculos delirantes de figuración efímera, de superación de lo incógnito por mínimas recompensas simbólicas.

La absoluta o casi absoluta falta de interés por una programación con fines educativos y culturales de modo que se aproveche el potencial educativo del medio para ponerlo al servicio de los sectores más amplios y necesitados de la población y no se trata de promover condenas gratuitas contra el modelo dominante, sino de llamar la atención, como lo han hecho otros autores (Martín Barbero), para que, frente al descuido de este aspecto relevante, se adelante una gran presión desde la sociedad civil para garantizar su presencia en el manejo del medio como institución que debe representar por igual los intereses multiculturales de la nación.

### 5. Por una televisión incluyente y educativa

La anterior situación obliga a pensar en criterios que puedan contribuir a transformar las condiciones de operación y uso de la televisión, lo cual conduce a postular los siguientes lineamientos: impulsar desde amplio sectores sociales e instituciones culturales el debate, con carácter inclusivo, en torno del destino de la televisión en el país, entendida ésta con una reivindicación de fondo en cuanto a la preservación de la identidad histórica. Sólo así será factible una televisión comprometida con la sociedad y la cultura colombianas, abierta, pluralista e integradora<sup>5</sup>.

Este cambio debe reflejarse en la conformación de una opinión pública independiente frente a los medios y diversas instancias del poder. La expresión crítica de esa opinión sería una ganancia para la democratización del medio y del país mismo, y esta tarea se liga a las anteriormente señaladas.

Superar el divorcio existente entre educación y televisión, que mientras subsista afecta las posibilidades reconstructivas de lo social desde ambas esferas es otra prioridad desde la comunicación. Aunque se han venido implementando políticas públicas en educación/comunicación y concretamente en televisión educativa, lo esencial de estas iniciativas está por desarrollarse. La educación colombiana requiere abrirse al redimensionamiento de lo comunicativo y viceversa, la comunicación, los medios y especialmente la televisión demandan una profunda reorientación, que sólo desde la educación se puede pensar.

Educación para ver televisión, para resignificar sus sentidos y transformar sus usos sociales, es una tarea de primer orden, y en el adelanto de esta tarea la edu-

cación es el sector clave para impulsar los cambios que coadyuven al fortalecimiento político, educativo y cultural de la televisión. Sobre esta base es factible impulsar una respuesta innovadora frente al desafío de lograr una televisión educativa en el país, interpretada críticamente por las comunidades respectivas.

### 6. Investigando la televisión

En el contexto sociocultural descrito se adelantan hoy una serie de estudios puntuales acerca de distintos aspectos relativos al abordaje educativo del medio. Uno de esos estudios tiene que ver con la construcción del concepto de competencia televisiva (Pérez Tornero, Aguaded) como factor innovador en los procesos de mediación cognitiva, pedagógica y cultural que se adelantan desde la escuela. Se busca promover la formación de comunidades de apropiación de televisión (Orozco) en situaciones educativas y comunitarias, de modo que, provistas de una adecuada competencia respecto del medio, impulsen la transformación de sus usos y mecanismos de resignificación.

A partir de estos presupuestos se puede pensar en una nueva televisión interactiva, dúctil y productiva en lo social y cultural, gracias a la capacidad crítica des-

**Educación para ver televisión, para resignificar sus sentidos y transformar sus usos sociales, es una tarea de primer orden, y en el adelanto de esta tarea la educación es el sector clave para impulsar los cambios que coadyuven al fortalecimiento político, educativo y cultural de la televisión.**

plegada por estas comunidades. Solo así se la podrá vincular sistemáticamente a una reforma educativa que incluya en su justa proporción e importancia lo comunicativo en la constitución de la experiencia humana<sup>6</sup>. También se podrá implementar la oferta televisiva en los diseños curriculares de forma que se amplíen los lenguajes y recursos expresivos disponibles –oralidad, escritura, audiovisual y otros ligados a las innovaciones tecnológicas y sociales–, y contribuir con esto al enriquecimiento de las prácticas de simbolización y representación impartidas desde la escuela. En ese momento existirá una alianza real entre educación y televisión, garantizada y vigilada por la competencia de las comunidades educativas sociales y culturales que en el país hagan posible este proceso para

beneficio de la sociedad y la cultura colombianas en el nuevo milenio.

### Notas

<sup>1</sup> Miembros del equipo de investigación que adelanta el proyecto «Propuesta de un modelo pedagógico de competencia televisiva con fines educativos», en el convenio de la Comisión Nacional de Televisión y la Universidad Distrital Francisco José de Caldas de Bogotá (Colombia).

<sup>2</sup> En relación con este tópico es importante señalar cómo en parte se desvanecen algunas afirmaciones que convertían en premisa absoluta la exposición generalizada de los jóvenes al medio televisivo y la alta dosis de influencia de éste en aquéllos. Aunque dicha relación sigue siendo significativa, no es generalizable por sí misma, sino que obedece también a los ambientes específicos en que se mueven los grupos de jóvenes, enmarcados en los ámbitos geográficos locales, y esto de por sí se convierte en un indicio de valor heurístico para revisar muchas de las premisas dominantes al respecto. Creemos que un autor relevante en este sentido es Joan Ferrés, con su texto *Educación en una cultura del espectáculo* (2000).

<sup>3</sup> Casi se vuelve un lugar común insistir en este aspecto en lo que concierne a la televisión colombiana: la orfandad de la presencia de una sociedad civil activa y participativa en su manejo y en la construcción de su programación. Esto en lo fundamental no difiere de la débil presencia de esa misma sociedad civil en la toma de decisiones y en la participación activa ante los problemas de orden político, ante la guerra y la violencia crónica que desgarran al país real y que sigue siendo manejada desde una instancia de poder que reivindicando «el mandato democrático», se olvida de que la democracia se materializa a diario y tiene que ver con la vinculación orgánica de lo público social al ejercicio del poder mediante reales procesos de participación y no por la simple legitimación de encuestas de opinión e índice de audiencia.

<sup>4</sup> Aunque se trate de una moda televisiva y de formatos que el mercado moviliza por el mundo para venderle audiencias a los publicistas y a los grandes productores, los «reality» con sus aparentemente altos índices de sintonías y su capacidad para cautivar públicos y seducirlos con la imagen del triunfador de ocasión; estos programas no pueden ocultar el vacío que subyace a una programación que tiende a disolverse en su propia inercia funcional. En Colombia el debate sobre los «reality» volvió a aplazarse y esto es un grave indicio de cómo la sociedad civil renuncia a reivindicar su derecho de opinión en torno a una serie de modelos sociales y culturales que desde el medio se muestran como aquéllos por los sin ningún inconveniente se inclinan los públicos y especialmente los adolescentes para acceder a una mejor condición de vida espectacularizada y de figuración social.

<sup>5</sup> Hoy más que nunca, ante el auge de la privatización y de los intereses mercantiles en todos los ámbitos de la vida nacional, la comunicación debe ser objeto de la reivindicación que los diferentes sectores sociales pueden optar para asegurarse condiciones y mecanismos que garanticen su presencia y participación en la implementación de leyes y políticas de interés público y social, como es el caso de la televisión. Mientras las políticas públicas de comunicación no consulten los reales intereses de la nación o del país real, esto es, de esa amplia capa de sectores ciudadanos que no tienen forma de manifestar su punto de vista y hacerlo sentir en las instancias decisorias, no sólo la televisión sino nuestra democracia, seguirán siendo expresiones formales con un alto déficit de representación política y social.

<sup>6</sup> Conviene insistir aquí en esta observación: una televisión educativa no es algo que deba pensarse como una entidad distinta o separada de la televisión que cotidianamente utilizamos. Esto no quiere decir que la televisión educativa tenga que esperar una mejor oportunidad o un momento posterior para su concreción. En realidad lo educativo frente a la televisión comienza por la transformación de la actitud de los televidentes frente al medio, frente a la programación que a diario nos ofrece sin que asumamos una distancia mínima ante los contenidos, valores y significados que nos propone. Lo educativo no supone demonizarla o rechazarla a priori, tampoco supone dejar de disfrutarla, lo que exige sí es vincular ese goce, el entretenimiento, la diversión a un acto que además de lúdico también sea crítico y productivo y permita plantearnos si eso es lo único que queremos del medio, o si además de esto queremos también otros contenidos y formatos y posibilidades expresivas que hacen parte de la realidad que vivimos. Y en este sentido es que la educación puede contribuir a fomentar actitudes y relaciones abiertas con el medio para propiciar la emergencia de posturas responsables en cuanto a su consumo y de exigencia en cuanto a sus contenidos y finalidades.

### Referencias

- AGUADED, J.I. (1999): *Convivir con la televisión*. Barcelona, Paidós.
- AGUADED, J.I. (2000): *Televisión y telespectadores*. Huelva, Grupo Comunicar.
- DIJK, T. (Comp.) (2000): *El discurso como interacción social*. Barcelona, Gedisa.
- DIJK, T. (2000): *El discurso como estructura y proceso*. Barcelona, Gedisa.
- FERRÉS, J. (1998): *Televisión y educación*. Barcelona, Paidós.
- FERRÉS, J. (2000): *Educación en una cultura del espectáculo*. Barcelona, Paidós.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1999): *El discurso televisivo: espectáculo de la postmodernidad*. Madrid, Cátedra.
- MARTÍN BARBERO, J. (1988): *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, Gustavo Gili.
- MARTÍN BARBERO, J. (1996): *Pre-textos*. Santiago de Cali, Universidad del Valle.
- MARTÍN BARBERO, J. (1997): *El miedo a los medios*. En la nueva representación política en Colombia. Bogotá, IEPRI/Fescol.
- MARTÍN SERRANO, M. (1985): *La mediación de los medios de comunicación*. Barcelona, Gustavo Gili.
- MASTERMAN, L. (1993): *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid, De la Torre.
- MINISTERIO DE EDUCACION NACIONAL (1998): *Lineamientos curriculares: Lengua castellana*. Bogotá.
- OROZCO, G. (1996): *Televisión y audiencias*. Madrid, De la Torre.
- OROZCO, G. (2001): *Televisión, audiencia y educación*. Bogotá, Norma.
- OSIN, L. y HUERGO, J. (1999): *Comunicación, humanismo y nuevas tecnologías en el espacio escolar*. Bogotá, Universidad Pedagógica Nacional.
- PÉREZ TORNERO, J.M. (1994): *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona, Paidós.
- PISCITELLI, A. (1995): *Ciberculturas*. Buenos Aires, Paidós.
- VILCHES L. (1984): *La lectura de la imagen*. Barcelona, Paidós.
- VILCHES L. (1989): *Manipulación de la información televisiva*. Barcelona, Paidós.