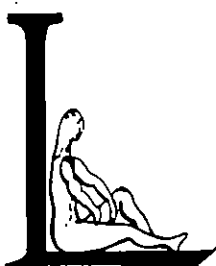


Educando a la comunicación para la democracia *

OMAR RINCON **



La comunicación en América Latina construye su identidad como disciplina en el estudio de la cultura y en el carácter político y social de su práctica. Por esta razón, los estudios «en comunicación son más bien investigación **alrededor** de la comunicación o **sobre** sus determinaciones»¹, más que en comunicación propiamente dicho. La relación comunicación-cultura surge como el horizonte de sentido que ha dominado el estudio y reflexión comunicativa en América Latina². Este privilegio de lo cultural nos acerca más al estilo de prácticas teóricas desarrollado por la antropología norte-americana³ o los British Cultural Studies⁴, que al itinerario que siguen los estudios de comu-

* Colaboraron en la investigación los estudiantes Jairo Carrillo, Claudia Guzmán y Gabriela Hábich. Reflexiones en torno al Enfoque Profesional en Comunicación Educativa 1988-1993. Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Comunicación Social. Se sigue el planteamiento teórico de Bernardo Toro.

** Comunicador Social. Maestría en Educación y en Filosofía de la Comunicación. Actualmente es Director del Enfoque Profesional en Comunicación Educativa.

¹ Afirmación de M. Martín Serrano citada por Raúl Fuentes Navarro. *La investigación Latinoamericana sobre medios masivos e industrias culturales y comunicación. Cuadernos Diálogos*. Lima: Felafacs. (9), 1990, p 4.

² Las referencias obligadas y que han logrado construir un estilo propio en el estudio de la comunicación son García Canclini, Néstor. *Culturas híbridas*. México: Grijalbo. 1989.; González, Jorge. *Los Frentes Culturales. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. 1(3). Colima: Universidad de Colima. 1987.; Martín Barbero, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili. 1987.; Monsivais, Carlos. Entrevista en *Diálogos de la Comunicación*. Lima: Felafacs, (19) 1988, pp. 70-79.; Silva, Armando. *Imaginarlos urbanos*. Bogotá: Tercer Mundo Editores. 1992

³ Clifford, J. & Marcus, G. *Writing Ethnography*. Berkeley: University of Berkeley Press. Berkeley. 1986; Marcus, G.E. and Fischer, M. *Anthropology as Cultural Critique*. Chicago: University of Chicago Press.; Rosaldo, Michelle. *Knowledge and Passion: Ifongot Notions of Self and Social Life*. New York: Cambridge University Press. 1980.; Geertz, Clifford. *La Interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa. 1988.

⁴ G. Turner, 1990; S. Hall, 1981; D. Morley, 1986; L. Grossberg, 1988.

nicación en Europa, Australia y los Estados Unidos -comunicación interpersonal, intercultural, institucional y política⁵.

Este estilo "político" y "culturalista" de la reflexión e investigación comunicativa latinoamericana ha sido valorado por R. White⁶ como una contribución original a los estudios de comunicación en el plano internacional. Según el mismo autor, son cuatro los campos de análisis privilegiados:

1. La influencia de la política económica internacional en el desarrollo de los medios de comunicación e instituciones culturales autóctonos.
2. Las propuestas acerca de la reforma de los medios, política nacional de medios y, especialmente, democratización de la comunicación.
3. La relevancia de las formas alternativas de comunicación y uso de los medios que están llevando a cabo los movimientos populares, como base para la democratización de los sistemas nacionales de comunicación y de medios.
4. La mejor comprensión de la relación entre medios de masas y cultura popular en el desarrollo de los sistemas culturales y sociopolíticos nacionales.

El estilo de estudiar y reflexionar la comunicación en América Latina, entonces, converge en un único interés: la comprensión de lo cultural para la transformación política. Esta área de estudio se

puede considerar como una "comunicación otra"⁷ interesada en la comprensión y la transformación política y social de la realidad local y nacional. Los adjetivos que califican esta área de la comunicación determinan, entre otros, que ésta es "para el desarrollo", "educativa", "política", "alternativa", "cultural".

La reflexión y práctica de la "comunicación otra" presenta ciertas inquietudes acerca de su rol social y político. Algunas de ellas son: ¿la comunicación otra -popular y/o alternativa- no es otra de las invenciones de teóricos que quieren asignar rótulos de resistencia a todo "lo otro", a lo oficial y masivo? ¿La comunicación alternativa, marginal o educativa, ha solucionado problemáticas o acentuado estrategias de dominación? ¿La comunicación otra -comprometida con la comunidad- ha logrado superar el enclaustramiento marxista o semiológico o culturalista en que se ha convertido la comunicación? ¿No será la comunicación sólo una profesión de interpretación, asignación de sentido e invención, donde "la cultura" y "la resistencia" son su mejor creación? ¿Puede la "comunicación otra" ser comprendida desde un paradigma diferente al de la resistencia? Estas preguntas pueden ser o no las claves, pero rondan la imaginación de jóvenes sin proyecto democrático y de intelectuales con alma autoritaria. Requieren, a su vez, una respuesta desde la producción de estudios e investigaciones, los textos de las mediaciones y las representaciones culturales.

Este ensayo intenta ser una respuesta al determinar cuál es el campo teórico, de sentido y curricular de la "comunicación otra" en una de sus "acepciones", la educativa. La propuesta está en presentar

⁵ Donald Cushman. Páneos temáticos desarrollados al interior de *International Communication Association, Communication Interpersonal*. Albany, N.Y.: Suny Press, 1976.

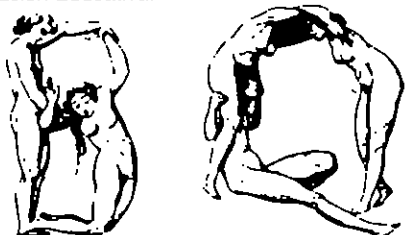
⁶ Robert White. *La teoría de la comunicación en América Latina. Una visión europea de sus contribuciones*. Revista *Telos*. (19). Madrid: Fundesco, 1989, pp. 43-54.

⁷ Jesús Martín Barbero. *Procesos de Comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. México: Felafacs-Gustavo Gili, s.f. p. 98 utiliza esta expresión de "la comunicación otra" para referirse a los procesos alternativos de comunicación. "La comunicación otra" difiere de las líneas profesionales que identifican la comunicación como disciplina: periodismo, publicidad y comunicación institucional.

una “puesta en teoría y currículo” de la *comunicación otra* (calificada como “educativa”), dentro de un modelo específico con pretensiones de ser una forma efectiva de transformación social. El itinerario de esta puesta en teoría y currículo de la comunicación educativa es el siguiente:

1. Se presentan las comprensiones básicas acerca de comunicación, educación y medios sobre las que descansa la propuesta.
2. Se establece un marco comparativo entre este modelo y algunos modelos de comunicación educativa que se practican hoy en América Latina.
3. Se toma el énfasis en Comunicación Educativa de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Javeriana⁸ como caso de estudio, reflexión y aplicación del modelo de comunicación educativa propuesto.
4. Con referencia al caso de estudio se presenta “una” posible implementación curricular y el sentido del modelo.
5. Y se termina con una serie de reflexiones sobre la propuesta, su eficacia social y proyecto comunicativo.

⁸ En 1982 se creó el énfasis de Comunicación y Desarrollo. En 1987 el paradigma de la comunicación para el desarrollo se pensó agotado (*Signo y pensamiento* # 13, 1988, ps. 173-190) y lo educativo surgió como el lugar comunicativo desde donde comprender y transformar la realidad social. Al mismo tiempo, un énfasis experimental en televisión educativa apareció en el horizonte de la facultad. En 1988 estas dos ideas iniciales -la mirada de la comunicación educativa y la práctica de la televisión útil y de contexto- se fusionaron en lo que hoy se conoce como énfasis en Comunicación Educativa.



COMUNICACION, EDUCACION, SOCIEDAD

Este modelo propone utilizar la comunicación para diseñar estrategias de participación en la construcción de una cultura de convivencia democrática, con base en el desarrollo de criterios profesionales para la planeación y realización de proyectos macro y estrategias mediatizadas de acción e incidencia en la sociedad. A través de la fundamentación y diseño de proyectos de comunicación se busca que el profesional conozca la realidad del país, su problemática y el rol que como comunicador cumplirá en ella. La comunicación se entiende como estrategia para construir una cultura democrática (más allá de un ambiente pedagógico, es decir, en el campo de los conocimientos tras haber realizado una aprehensión en el campo teórico). Esto implicaría para la enseñanza de la comunicación (en tanto “proyecto pedagógico”): dar herramientas para el diseño de la comunicación y capacitar a un interlocutor válido a nivel comunicativo.

Lo educativo es tomado como la incidencia y transformación intencionada de la realidad social. La educación se ocupa de crear condiciones para que una sociedad pueda apropiarse de su mejor saber. Para lograr que una sociedad se apropie de su mejor saber, la educación busca modificar concepciones de la realidad, las actuaciones de las personas y los sentidos.

La educación, entonces, se entiende como horizonte de sentido amplio que permite a la comunicación -diseño y producción- una vinculación más estrecha en relación con las problemáticas más sentidas en el ámbito social.

La sociedad se convierte en el espacio a producir a través de una estrategia de comunicación que pretende transformar ciertas comprensiones, conductas y actitudes con respecto a una problemática específica como lo puede ser la convivencia social, la cultura democrática, las voces de los excluidos (mujeres, etnias). La comunicación uni-

da a lo educativo se comprende como narración estratégica de impacto en la sociedad, entendiendo esta última como campo de acción de la comunicación, mediatizada por saberes culturales.

Hacer entonces "comunicación educativa", desde este planteamiento, implica lograr que toda la sociedad o una porción de ella modifique concepciones, actuaciones y decisiones. Para esto es necesario que el comunicador sea capaz de entender el saber de la sociedad en la que está produciendo mensajes y que sea capaz de modificarlos en función de un proyecto (la visión sobre la comunicación es como forma de ver e incidir en la realidad). En esta ubicación teórica, la comunicación educativa permite no sólo intervenir intencionalmente en la realidad, sino que esa intervención tiene una finalidad relacionada con la modificación de las concepciones sobre dicha realidad, los sentidos y las actuaciones que las concepciones determinan.

Esta propuesta se aleja de los modelos de comunicación educativa desarrollados por ACPO, Colombia⁹, Mario Kaplún¹⁰, el equipo de la revista *Alternativas*¹¹, la reflexión de Carlos Cortés¹².

Esquematisando hasta el límite las propuestas de comunicación educativa se pueden localizar dentro de dos tendencias: las que se inscriben en la tecnología educativa y con una finalidad didáctica, que suponen que la mediatización de los mejores maestros y contenidos transformará el nivel de escolaridad y aprendizajes de la sociedad; su obje-

tivo es transmitir información para lograr determinados aprendizajes (Televisión y Radio Educativa de Colombia). Una segunda tendencia es aquella que apuesta por un uso alternativo de los medios al socializar el uso y funcionalidad de los mismos de acuerdo con los criterios de la comunidad; trabaja con proyectos de carácter micro. El objetivo es aumentar el nivel de participación e incrementar la correspondencia entre los contenidos de los medios y las necesidades de la comunidad.

El modelo de comunicación educativa que se presenta aquí se aleja de los expuestos anteriormente. Del primero -tecnología educativa- por cuanto no se comprende a la educación como una didáctica, no se pretende convertir al maestro en un educador y no establece los medios y el salón de clase como prioritarios. La perspectiva educativa orienta a la comunicación para que asuma a la sociedad como horizonte de acción. Se pretende comprender y transformar integralmente competencias, valores, imaginarios y comprensiones. La perspectiva educativa de la comunicación se aleja, entonces, de la tecnología educativa (mediar los mejores cerebros para socializar el saber y el salón de clases), la didáctica (diseño de material y metodologías educativas) y la formación de maestros.

Del segundo -comunicación para la comunidad- porque se opta por un trabajo de sentido macro que, aunque surge de las necesidades de las comunidades, su diseño se establece dentro de las estrategias más estructuradas disponibles en el mercado de la producción comunicativa. Se privilegian las etapas de fundamentación y usos de los medios, las cuales se integran a un proyecto de carácter macro de la comunicación. Los medios hacen parte de una estrategia que intenta solucionar problemáticas sociales y no sólo aspectos locales (micro) o de cobertura (masivos)¹³. No se preten-

⁹ J.J. Salcedo. *Latinoamérica el continente de la esperanza*. Bogotá: Ediciones violeta. 1990.

¹⁰ M. Kaplún. *A la educación por la comunicación: La práctica de la comunicación educativa*. Santiago de Chile: Unesco/Orealc. 1992.

¹¹ Tomás Eduardo Landivar. *Comunicación Educativa: reflexiones para su construcción*, en *Alternativas*. Buenos Aires. CPE. (8), 1992, pp. 87-123.

¹² Artículo de Carlos Cortés en el presente número de *Signo y Pensamiento*.

¹³ La Fundación Social ha realizado dos proyectos dentro de este panorama: *Profetas de Nuestro Tiempo* (este proyecto integró

de hacer "comunicación alternativa", se propone usar y producir la televisión o cualquier medio de manera que simultáneamente responda a su lógica de producción, comercialización, posicionamiento y mercado¹⁴ y exprese su potencial transformador con base en su diseño.

La comunicación, obviamente, no se comprende como las mediaciones, los imaginarios, la cultura... La comunicación es una estrategia de incidencia social, que convoca una mirada fragmentaria y transdisciplinar, por lo tanto, debe ante todo ser diseñada para producir impacto social. El comunicador se debe convertir, a su vez, en productor e interlocutor válido en la creación de estrategias de incidencia social. Esto implica un comunicador-productor de investigación social para establecer una mejor y más responsable mediación cultural coherente con la realidad social y política del país. La comunicación educativa hoy tiene un compromiso directo con el diseño de proyectos de incidencia en la construcción de una cultura democrática y de convivencia social (cabe anotar que la anterior finalidad podría ser otra, se ha optado por ella por el momento de reconstitución ciudadana que vive Colombia a partir de su nueva Constitución Política de 1991).

producciones en video sobre grandes hombres de la vida de hoy en todo América Latina) y Proyecto de Convivencia Social (este proyecto ha integrado cuatro series de televisión: Primero, mi primaria-1989; Historias de maestros-1990; La ruta de la democracia-1991-1992; y Voces-1993)

¹⁴ Se quiere participar del mercado; por esta razón se diseña la imagen en una agencia de publicidad, se produce con la mejor tecnología, se realiza con los mejores en el mercado, se mercadea como producto que se vende y se ve. Por ejemplo, estrategia de publicidad, medios, mercadeo con base en diseños de comunicación Investigados y fundamentados



ESTUDIO DE CASO: EL ENFASIS EN COMUNICACION EDUCATIVA

El énfasis en Comunicación Educativa surgió a partir de una reflexión evaluativa sobre el énfasis en Comunicación y Desarrollo¹⁵. Este último énfasis había sido creado en 1981 respondiendo a una situación coyuntural que se desprendía de:

- una necesidad histórica del país;
- el auge de los planteamientos teóricos "modernistas" de la época.

Pero, como toda situación coyuntural debe cambiar, el paso del tiempo determinó cambios en:

- la situación del país;
- las teorías sobre el desarrollo (en las que se basaba el énfasis);
- el currículo de la facultad (el auge de las teorías sobre el desarrollo hizo que este problema se extendiera no sólo al énfasis en Comunicación y Desarrollo sino también al resto del plan de estudios de la carrera. De esta forma, se le restaba importancia y justificación a un énfasis exclusivamente dedicado a dicho problema);
- los intereses profesionales (y vivenciales) y los imaginarios de los aspirantes a los énfasis. El «desarrollo» sonaba a una utopía irrealizable de ciertos «militantes políticos».

Estos cambios obligaron a una reflexión evaluativa sobre el énfasis en Comunicación y Desarrollo que identificó la necesidad de reformarlo para que

¹⁵ Documento publicado en Signo y Pensamiento (13) pp.173-190; (14) pp. 91-101.

respondiera a las tendencias de la época en cuanto a problemas sociales, tendencias teóricas y plan de estudios de la facultad. Dejando eso sí constancia de que el énfasis en Comunicación y Desarrollo estaba formando profesionales con una gran sensibilidad ante problemas sociales del país, y un agudo sentido crítico y de análisis de los mismos, y que existía la necesidad de preservar un énfasis que tuviera como ejes la investigación-acción relacionadas con el desarrollo para aquellos estudiantes aún interesados en dicho campo.

La reflexión concluyó en una reforma que tuvo en cuenta, principalmente, dos aspectos:

- el *proceso de modernización* dentro del desarrollo colombiano, que nunca alcanzó un fundamento de la vida social que permitiera la construcción de un consenso social en aras de la convivencia democrática (esto tornaba obsoleta la implementación de un énfasis que produjera profesionales desde el marco de una utopía, desgraciadamente, irrealizable);
- la *cultura* como eje alrededor del cual es posible formular el sentido de existencia de una comunidad; la cultura como elemento, si no generador, por lo menos, posibilitador de consenso en una comunidad para sentar las bases de una convivencia democrática y/o tolerante.

Era necesario, sin embargo, perfilar el carácter de la reforma. Esto implicaba un «bastión» desde donde formular los replanteamientos culturales, que permitieran sentar las bases para dar lugar a prácticas culturales, que contribuyeran a un bosquejo y posterior rediseño de un proyecto de sociedad tendiente a la superación del país.

El «bastión» fue la **educación**. No es difícil comprender por qué fue la escogida si se tiene en cuenta su carácter de «satisfactor de la necesidad

de entendimiento»¹⁶. Se presentaba como una herramienta que permitía apropiarse de conocimientos que, a su vez, harían posible la elaboración de «nuevos conocimientos, actitudes y valores aún no válidos socialmente»¹⁷. ¿Qué mejor eje en el diseño de una estrategia formativa de profesionales encaminados a la producción de cambios sociales con miras a una sociedad democrática? Comenzaba a perfilarse el nuevo énfasis, producto de un desplazamiento coyuntural del énfasis en Comunicación y Desarrollo: surgía el énfasis en **Comunicación Educativa**.

Sobre el marco teórico del nuevo énfasis podemos anotar que giraba alrededor del problema del entendimiento en tanto «eje transversal que articula todas las áreas del desarrollo social y que permite a los sujetos intervenir en procesos encaminados a mejorar su calidad de vida»¹⁸. En torno al concepto de Entendimiento fue posible conformar un proceso pedagógico que implementara a los medios masivos de comunicación como mediación fundamental en la producción y aprehensión de saber. Su interés era formar profesionales para «concebir, orientar, coordinar, operacionalizar y evaluar las distintas fases del diseño, la producción y los usos de medios de comunicación para fines de objetivación de saber a partir de la investigación-producción»¹⁹.

Pero estos no son todos los antecedentes del énfasis de Comunicación Educativa. Cuando en 1989, el experto en educación y comunicación Bernardo Toro²⁰ se hizo cargo de la dirección del énfasis, éste tomó un nuevo rumbo. Esta vez la preocupación giró alrededor de la posibilidad de aclarar qué es la comunicación educativa y cómo llevarla a la

¹⁶ Op.Cit. *Signo y Pensamiento*(13) p.181.

¹⁷ Ibid.

¹⁸ Ibid.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Filósofo, Físico y máster en Investigación y Tecnología Educativa; Gerente General de Cenpro T.V. y Director del Programa de Comunicación Social de la Fundación Social.

práctica. Se entendió entonces la educación como un área que se ocupa de crear condiciones para que una sociedad pueda apropiarse de su mejor saber. Anotemos que se está entendiendo saber como el conjunto de conocimientos, prácticas, destrezas, ritos, mitos y símbolos que una sociedad juzga válidos para sobrevivir, convivir y proyectarse. Para lograr que una sociedad se apropie de su mejor saber, la educación busca modificar concepciones de la realidad, las actuaciones de las personas y los sentidos. Es en este campo donde la comunicación puede ayudar valiéndose de la cualidad del saber de ser creado (no natural), de requerir ser producido, acumulado, reproducido y difundido en cuanto es objetivable. A partir de lo anterior, comenzó a tomar otros matices el objetivo del énfasis: crear personas con la capacidad de captar el sentido de una sociedad y de utilizar las estrategias de comunicación para modificar dicho sentido en función de un proyecto. En el caso particular del énfasis, el proyecto por el que se opta es el democrático²¹.

SENTIDO Y DISEÑO CURRICULAR DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA

La comunicación educativa²² como modelo teórico se encuentra consolidada en cuatro criterios:

- a. El diseño de una comunicación que promueva la construcción de una cultura de convivencia social.
- b. La realización de televisión útil, contextual y participativa.
- c. Optar por lo OTRO como horizonte enriquecedor de la comprensión, explicación y crítica del sentido.
- d. La profesionalización de la propuesta teórica a través de la participación en el diseño, realización y producción de proyectos macro de comunicación.

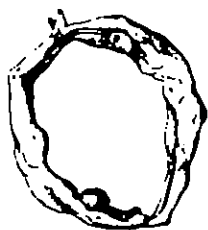
Estos criterios -en nuestro caso de aplicación y estudio: el énfasis profesional en Comunicación Educativa- se convierten en las cuatro áreas del diseño curricular.

²¹ Desde comienzos de 1993, el énfasis cuenta con nuevo director, Omar Gerardo Rincón [Comunicador Social, máster en Educación, y en Filosofía de la Comunicación], quien está orientando la comunicación para que responda más al estudio, comprensión y transformación de los sujetos y situaciones "Otro" dentro de una sociedad caracterizada por la fragmentación, la inestabilidad y la sinrazón. Sin embargo, no se alcanza a perfilar, todavía, cuál sea el efecto de los nuevos cambios.

²² El modelo de Comunicación Educativa que se presenta aquí responde al proyecto desarrollado y reflexionado por la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Javeriana bajo la dirección de Bernardo Toro y la coordinación de Omar Rincón.

El énfasis, actualmente, presenta dos situaciones que inquietan:

1. En el hecho de comprender la comunicación como una acción de diseño de estrategias para construir una cultura democrática, el énfasis ha presentado una ruptura sistemática con el proyecto hermenéutico y semiótico de la relación comunicación-cultura que define el modelo teórico de la facultad.
2. El privilegio de la televisión como mediación, ha hecho que el énfasis asuma la imagen de ser en televisión más que en comunicación educativa.



Diseño de proyectos como estrategias macro de comunicación

La investigación, análisis y reflexión de una problemática social permite que se pueda pensar en un proyecto comunicativo diseñado como estrategia de transformación social. Aquí los medios están al servicio del diseño de acción comunicativa, tienen funciones específicas y objetivos puntuales. Un proyecto comunicativo sólo se puede hacer si existe un análisis previo de las condiciones en donde se inscribe la problemática. El énfasis configura al comunicador como diseñador de la transformación de la realidad desde la vehiculación, la traducción o recreación del sentido en esa realidad local-transnacional. Esto implica cuatro momentos a contemplarse en el diseño y desarrollo del modelo como dispositivo educativo:

- a. La capacidad-habilidad de detectar problemas en una situación dada.
- b. La capacidad-habilidad de diseñar un proyecto que responda a la solución del problema.
- c. La capacidad-habilidad de diseñar y emplear una estrategia comunicativa como solución o estrategia para la solución del problema detectado (esto conlleva el reconocimiento de los límites de la comunicación como instrumento estratégico, es decir, no todo problema puede ser solucionado desde una estrategia comunicativa).
- d. La capacidad-habilidad de desestructurar diseños, estrategias y modelos comunicativos que hayan sido mediados con perspectiva educativa en proyectos tales como «Plaza Sésamo», «Cosmos», «Profetas de nuestro tiempo» permiten este análisis: ¿qué problemática se intentó resolver?, ¿cuáles fueron los conceptos y comprensiones básicas?, ¿cómo y por qué se estructuró esa estrategia?, ¿cuál es el carácter del proyecto? y ¿cuál es su intencionalidad política y su efecto social de sentido?

La televisión diseñada ²³

Hacer una televisión diseñada significa optar porque esta mediación tiene una función social que cumplir más allá del viejo eslogan que dice que "todo medio de comunicación recrea, enseña y entretiene". Una televisión diseñada asume que la narración debe ser fundamentada en un proyecto visual, temático y de sentido. Una televisión diseñada es, a su vez, una propuesta "útil" para la sociedad en la cual se inscribe, "contextual" para que responda a problemas y personajes de la vida cotidiana y "participativa" para que el televidente asuma la construcción del producto televisivo. La televisión se constituye, entonces, en un dispositivo audiovisual productor de sentido (tanto en significado como en dirección) que permite a una sociedad interactuar desde un proyecto determinado. Se enfatizan tres aspectos temáticos de reflexión sobre la televisión: la realización, el libreto y la edición.

En el ámbito de realización y producción de la televisión contextual se enfatiza la etapa del diseño de lo narrativo, visual y contextual. Este plan-

²³ El proyecto ha optado por capacitar integralmente en una forma de narrar -la televisión- respetando la existencia y especificidad de las otras mediaciones y la complejidad que significa educar en cada una de estas maneras de narrar. Lo editorial, lo multimedial, lo radial, lo popular, entonces, pueden y deben ser otras mediaciones en las cuales capacitar y educar a los comunicadores, pero para este proyecto de énfasis se ha preferido enfatizar una narración -la televisiva- como modelo antes que establecer una mirada rápida y fugaz a cada una y todas las formas de contar y hacer la comunicación. Este proyecto de especialización en Comunicación Educativa ha optado por la televisión como mediación central por las siguientes razones:

- a) La facultad tiene una mayor experiencia e infraestructura en esta mediación.
- b) La facultad ha mantenido un convenio de producción de televisión educativa con el Instituto de Radio y Televisión, Inravisión.
- c) El equipo de trabajo base del proyecto se encuentra especializado en la investigación, diseño y realización de televisión.
- d) La televisión permite una mayor continuidad del proyecto pedagógico por cuanto es el medio que mayor atención atrae entre los comunicadores de nuestra facultad.

teamiento implica que la televisión sea “contada” o “forma-da” con una intención social sin que deje de ser competitiva en el ámbito comercial, que según Darío Angel²⁴ significa:

- La tematización de los problemas culturales y sociales se hace desde una perspectiva educativa, extendiendo los límites de lo permitido en televisión: promover nuevas formas de interacción y convivencia social.
- Replantear lo educativo como problemática social. Esto significa que no se pretende enseñar ni tampoco mediatizar una didáctica sino incidir en la transformación de sentidos de lo social: dinamizar los procesos de transmisión-creación-recreación de sentidos.
- Desmitificar el héroe sin contexto para dignificar las competencias del hombre de la vida cotidiana. No sexo, lágrimas, violencia, pero sí pasión, dolor y amor.
- Solucionar las situaciones de una manera excepcional con los recursos de lo cotidiano²⁵. Transformar la situación narrativa para pasar de «lo que nunca ocurre” -sueño de pobre e imaginario de la carencia- a situaciones cotidianas solucionadas de una manera excepcional pero con los recursos que tiene la gente.
- Situar al sujeto dentro de su realidad, lo cual no significa hablar de su entorno, sino de la forma que toma la sensibilidad de su tiempo.

- Presentar alternativas expresivas y narrativas. Establecer maneras de mirar la ciudad y la época.

En el ámbito de la narración se considera que hacer libretos para televisión es un oficio, un instrumento de trabajo que posee una lógica de creación. Cómo se cuenta una historia está determinado por las condiciones de la mediación en que se va a contar. Por esta razón, se enfatiza en el aprendizaje de un oficio, la creación de metodologías de trabajo y el rompimiento con la noción del autor-genios. Se enfatiza las implicaciones formales y narrativas de lo argumental, por ser éste el género más complejo -no necesariamente el más completo- en cuanto a concepción, diseño y producción en televisión.

Para trabajar sobre la técnica y método de la edición se enfatiza la práctica y reflexión sobre la creación narrativa como estrategia de liberación de la técnica. La televisión se completa, arma y construye como narración en la etapa de edición. La edición, a su vez, constituye la última posibilidad de reflexión sobre el acto de poner en pantalla -antes de volverse irremediable- el producto final y de ensayar la diversidad de sensibilidades.

La construcción de LO OTRO como horizonte de sentido

La categoría de «lo otro» permite una manera distinta de entender la producción social y política de la realidad. Lo otro hace referencia a múltiples y plurales criterios u horizontes de análisis, comprensión, crítica y producción social del sentido y de contextos culturales y políticos. Lo otro, entonces, emerge como la presencia de múltiples e inestables espejos -lo ecológico, lo femenino, la diversidad racial, lo políticamente correcto, lo ético, la comunicación como valor de cambio e intercepción, la cultura como productora de ficciones que develan la realidad-. La comunicación educativa si quiere cumplir su proyecto de “incidir

²⁴ Los aspectos sociales y contextuales de la televisión han sido reflexionados con mayor profundidad por Darío Angel, profesor del área de televisión en el énfasis.

²⁵ Excepcional porque se hace desde los recursos disponibles en la cotidianidad. Este excepcional es diferente al héroe norteamericano, al aristocrático que redime por amor en el melodrama, o al líder carismático o cristiano que soluciona todo en la fe.

en la construcción de una cultura democrática” debe tomar estos horizontes “OTRO” como puntos de entrada y de creación del relato. Las tres relaciones que se privilegian dentro del horizonte de lo otro son: relación poder/comunicación; relación postmodernidad/comunicación; relación mujer/producción de sentido.

La relación poder/comunicación: esta relación se ha “posicionado” como criterio privilegiado de los análisis culturales, lugar de acción política en la modernidad y fuente definitoria del estilo de ser en la postmodernidad. La resistencia, lo otro del poder, se presenta como horizonte plural de comprensión y deconstrucción de «lo oficial» cotidiano. Esta comprensión del poder-conocimiento-comunicación, entonces, puede imaginar «nuevas» y «sugerentes» explicaciones acerca del acontecer público.

La relación postmodernidad/comunicación: la forma de construcción del tiempo, el espacio, la ciudad y el sujeto en nuestros días apunta hacia la llamada postmodernidad: nuestra anónima alma social, “la estructura de sentimiento” (Williams), “la pauta cultural” (Jameson), el estilo de ser que toma la producción de sentido de nuestro tiempo. Su carácter está dado por la presencia de la comunicación como núcleo de interferencia, sentido y producción. ¿Qué implica para la producción de la comunicación ser producida dentro de una actitud postmoderna? Esta es la pregunta.

La relación mujer/producción de sentido: interpretar la realidad social desde la mujer experiencializa los límites y contornos del saber. La ruptura y fragmentación en la producción de conocimiento y de la verdad ha sido el resultado (entre otros muchos) de la pregunta hecha desde ese/a «otro» llamado mujer -valor «femenino» moral cooperativa, experiencia del dolor-.

Fue desde la experiencia mujer que el proyecto de la Ilustración -una razón universal, un espíritu absoluto, una legitimidad transparente, una mayo-

ría de edad- se comenzó a cuestionar. La categoría mujer es, entonces, un horizonte filosófico y comunicativo privilegiado desde el cual se asigna, produce y entiende el sentido y la política de nuestra sociedad, y uno de los lugares desde dónde hacer la crítica y la transformación de las ciencias sociales y humanas.

Proyectos profesionalizantes

La práctica de los procesos, comprensiones, competencias y habilidades propuestas dentro del modelo de una comunicación educativa con incidencia en la construcción de una cultura democrática, es el momento final y por tanto la validación de todo el proceso pedagógico y comunicativo del énfasis. Esta práctica pretende que el estudiante adquiera una actitud profesional -compromiso, autonomía y responsabilidad- frente a los procesos de diseño y realización de las mediaciones. Estas prácticas se inscriben dentro de dos proyectos macro de comunicación en funcionamiento: el proyecto de Convivencia Social de la Fundación Social y el proyecto de Voces del Silencio del Sistema de Universidad Abierta de la Universidad Javeriana. La existencia de estos dos proyectos comunicativos, contruidos dentro de la metodología y sentido de la propuesta del énfasis, asegura un espacio real para “hacer” de la comunicación educativa una realidad pedagógica.

PERSPECTIVAS

Los efectos de este modelo durante sus cinco años de ejecución se pueden sistematizar en los siguientes aspectos:

1. La producción de comunicadores sociales competentes en el área de televisión: esto significa que se capacita un profesional necesario dentro de la sociedad comunicativa. A pesar de que los profesionales de comunicación educativa están empleados en su mayor parte, sólo una minoría participa en estrategias macro de comunicación con incidencia social.

2. El modelo de sentido y currículo del énfasis está desintegrado del proyecto semiológico y hermenéutico acerca de lo cultural que guía el modelo general de comunicación de la facultad. Por lo tanto, la diferencia y fragmentación de contenidos, metodologías y horizontes de sentido es evidente.
3. La inexistencia de profesionalización en otras mediaciones como lo son la radio, la prensa, lo editorial, lo multimedial y virtual.
3. Consolidar líneas y proyectos de investigación generados desde la matriz de sentido del énfasis. Los ejes temáticos son: diseño de estrategias de comunicación para la convivencia social y la práctica de la Constitución Política de 1991²⁶; la comunicación desde lo otro (mujer, ecología, etnias)²⁷; la reflexión sobre una estética de la postmodernidad²⁸; la narrativa de una televisión útil y participativa²⁹.
4. Establecer al énfasis como centro autónomo de investigación y diseño de estrategias macro de comunicación. El énfasis se convertirá, entonces, en productor de videos y mensajes con perspectiva educativa en las áreas de la

Las perspectivas se pueden delinear de la siguiente manera:

1. Enfatizar en el diseño e investigación de toda estrategia comunicativa. De esta manera, el nuevo profesional se equipara con herramientas para que, en cualquier lugar y mediación donde se integre, pueda hacer uso efectivo de la necesidad de participar en la construcción de un proyecto democrático. Se trata de crear la "actitud" de producir lo comunicativo más allá de la finalidad comercial (que se debe cumplir) con intereses de transformación social. Todo tipo de comunicación o producto de los medios es susceptible de ser educativo en la medida que se desprende de una estrategia de acción social (ya sea consciente o no).
2. Hacer efectiva la vinculación curricular al buscar que las asignaturas de los últimos semestres sean orientadas hacia el énfasis, de esta manera se contaría con tres años de capacitación básica y uno de formación orientada hacia la comunicación educativa.



²⁶ Temáticas privilegiadas con respecto a la Constitución Política de Colombia, 1991:

- Qué significa, cuáles son los criterios, cómo se investigan y diseñan proyectos de comunicación con incidencia en la construcción de una cultura democrática.
- Estrategias para conocer la realidad del país, su problemática y el rol del comunicador educativo dentro de este contexto. Análisis de las condiciones para transformar la realidad.
- Qué significa capacitar un interlocutor válido a nivel comunicativo. Reflexión académica. Propuesta de talleres para la educación del interlocutor válido en comunicación.

²⁷ Temáticas privilegiadas con respecto al estudio de la comunicación desde el otro:

- La resistencia como identidad de lo «otro». Lugar para habitar. Promesa de libertad.
- Contextualización de la problemática femenina: retórica, ideología y cultura.
- La estructuración patriarcal de la sociedad colombiana. ¿Sere-mos machistas por opción o por producción?
- La mujer se hace en el medio y a través de mediaciones. ¿Qué tipo de mujer se promueve? ¿Cuál es el uso o el abuso de los medios con respecto a la mujer?
- Cómo hacer historias de mujeres en video documental, argumentativo.

²⁸ Temáticas privilegiadas con respecto a la reflexión sobre la forma-video de la postmodernidad:

- Cuáles son las posibilidades de crítica y acción política dentro del marco de la producción social de sentido de la postmodernidad.
- La comunicación como a) interceptación de un flujo; b) la presencia de una ausencia; c) la nueva estética.
- Discusión acerca de la posibilidad de desarrollar proyectos de comunicación con carácter postmoderno de incidencia social.

²⁹ Temáticas privilegiadas con respecto al estudio del proyecto narrativo de la televisión útil y participativa:

- Toda comunicación es una narración. Uso de la comunicación como relato acerca de lo social.
- La producción narrativa para televisión, radio o impresos de una comunicación contextual y participativa. Propuesta teórica y metodológica.

imagen y la voz de lo otro. Lo otro hace referencia a distintas y plurales maneras de comprender la producción social de sentido y de documentar la realidad cultural y política.

5. Queda una pregunta (entre muchas otras) que nos interesaría intentar responder o por lo menos profundizar. Es aquella por la naturaleza misma de la comunicación educativa como campo teórico que se desplaza a ser campo de conocimiento, en tanto instrumental -la posibilidad del conocimiento de transformarse o dar lugar a un saber que más allá de la objetivación puede ser aplicable-. Esta área de conocimiento, tanto en su carácter teórico como instrumental, tiene como objeto el estudio de los procesos de interacción propios de toda relación humana donde se transmiten, crean o recrean sentidos. Este manejo alrededor de los sentidos implica que uno de los involucrados persiga como propósito alcanzar o promover una conducta/comportamiento/ actitud/situación determinada. Es este objetivo de cambio intencional el que constituye la finalidad educativa.

NOTA FINAL

Este modelo de comunicación educativa es sólo un indicio de propuesta desde donde producir una comunicación atravesada por tres instancias que la convocan: la construcción de una sociedad democrática, el uso estratégico de los medios y la participación social efectiva dentro de las industrias culturales. Perfilando la comunicación educativa del anterior modo, la descubrimos estrechamente unida a ciertas prácticas sociales, contextualizadas y elaboradas alrededor de objetivos puntuales que generalmente tienden a la satisfacción de alguna necesidad manifestada y consensuada en la comunidad en que se ejercen. El cruce de estos dos campos, que son la comunicación y la educación, nos muestran a la comunicación educativa en la intersección de otros campos de conocimiento como la sociología, la psicología,

la política, la pedagogía, la historia o la filosofía³⁰. Esto implica un carácter convocatorio de la comunicación educativa como campo teórico al que convergen nuevas y múltiples miradas. Desde estas intersecciones podemos leer las prácticas comunicativas que guardan relación con lo educativo, con nuevos y diferentes lentes en un esfuerzo de sistematizarlas y trascenderlas en una elaboración teórica. Este modelo rompe con la "tecnologización" y/o "culturización" que ha sufrido la comunicación en América Latina y con la "personalización" e "instrumentalización" que explicita la comunicación europea y americana.

La «participación» de la comunicación a través del diseño de estrategias para incidir en la construcción de una cultura democrática es sólo un indicio. Una comunicación diseñada con base en la coyuntura política, cultural y social permite estar más cerca no sólo del análisis del país sino también de la producción de lo comunicativo con perspectiva cultural³¹. Y esto debe ser un imperativo comunicativo porque es "desde la cultura, desde ese mundo de símbolos que los seres humanos elaboran con sus actos materiales y espirituales», que «la comunicación tendrá sentido transferible a la vida cotidiana»³².

La comunicación encuentra, entonces, problemas que la convocan como la violencia, la convivencia social, la pluralidad cultural, la ciudad, la solida-

³⁰ Op.cit. *Alternativas* (8) p. 11

³¹ Gonzalo Rivera. *Epistemología de los estudios en Comunicación y su relación con las ciencias sociales en Latinoamérica*. Universidad Javeriana: Documentos Maestría en Comunicación. 1991 p. 6 ; señala cómo la cultura se piensa desde conceptos tales como «imaginario colectivo», «universos simbólicos», «potencial simbólico», «identidad cultural», «memoria», «tradición», «experiencia histórico-cultural», «narratividad», «condiciones de enunciación y argumentación», «matrices, entramados y códigos culturales», «núcleo ético-mítico», «modos de construcción y reconstrucción semiótica», «actos de habla», «uso social del signo», «la acción social como texto», «la cultura como documento público», «el mensaje».

³² Héctor Schmucler. *Un proyecto de comunicación/cultura. Comunicación y Cultura* (12), UAM-X, México. 1984.

ridad ciudadana, la mujer y los recursos naturales, entre otros. La comunicación está comenzando a escuchar este llamado. Sin embargo, académicos e investigadores seguimos hablando de un mundo, una nación y problemas «imaginarios». Sólo una práctica investigativa de la relación comunicación-poder-transformación social llevará al comunicador a participar en el análisis, comprensión, explicación y transformación de la coyuntura política, social y simbólica del país.

Bibliografía adicional

- Cortés, C., Rincón, O, Villegas, E. *Educación y desarrollo: Formación de comunicadores Sociales. Signo y Pensamiento*. Bogotá: Universidad Javeriana, 8(14),1989: 91-101.
- Floris, Claudia & Tomás E. Landivar. *El estado actual de la Comunicación Educativa y de lo Alternativo, Alternativas* . Buenos Aires: CPE, (8), 1992: 141-150.
- Foucault, Michel. **The Order of Things**. New York: Vintage Books. 1970.
- Grossberg, L. ed. **It's a sin: Essays on Postmodernism, Politics and Culture**. Sydney: Power.1988.
- Guichumpan, Jorge O. & Mario Muñoz Mayorga. *La educación y los Medios de Comunicación como soporte del Poder Cultural, Alternativas* . Buenos Aires: CPE, (8), 1992: 27-37.
- Hall, S., *Cultural Studies: Two Paradigms. Culture, Ideology and social Process: A Reader*. London: Tony Bennet ed. Open University Press. 1981.
- Jameson, Fredric. **Postmodernism**. Durham: Duke University Press. 1991.
- Morley, D. **Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure**. London: Comedia.1986.
- Sánchez Ruiz, Enrique. *Educación, Medios de Difusión y Democracia. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. México: Universidad de Colima; (5), 1992, pp. 29-55.
- Sagro, Margarita. *La Comunicación Educativa y la necesidad de su construcción como Campo Teórico, Alternativas*. Buenos Aires: CPE, (8), 1992: pp. 9-15.
- S. A. *Enfasis profesional en comunicación educativa. Signo y Pensamiento*. (13). Bogotá: Universidad Javeriana, 1988, pp. 173-190.
- Turner, Graeme. **British Cultural Studies**. New York: Routledge.1990.
- Thomas, Florence. **El macho y la hembra Reconstruido: Aportes en relación con los conceptos de masculinidad y feminidad en algunos mass-media colombianos**. Bogotá: Universidad Nacional. 1985.



Envoltura, 1955.