



TERCER SECTOR AUDIOVISUAL Y EDUCOMUNICACIÓN

La enseñanza como espacio de innovación cultural

Francisco SIERRA CABALLERO*
**Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y
Cambio Social (SEJ-456)**
Facultad de Comunicación
UNIVERSIDAD DE SEVILLA
Avda. Américo Vespucio, s/n
Isla de la Cartuja 41092 Sevilla
E-mail: fsierra@us.es
www.compoliticas.org

* **Francisco SIERRA CABALLERO** es Profesor Titular de Teoría de la Comunicación de la Universidad de Sevilla. Doctor en Ciencias de la Información y Posgraduado en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid. Es Especialista en Ciencia, Tecnología y Sociedad por la UNED, donde ha cursado estudios de licenciatura y doctorado en Sociología y Ciencias de la Educación. Master de Edición por la Universidad de Salamanca, Francisco SIERRA es en la actualidad Director del Grupo Interdisciplinario de Estudios en Comunicación, Política y Cambio Social (COMPOLITICAS) y editor responsable de la Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación (REDES.COM) (www.compoliticas.org) del Departamento de Periodismo I en la Facultad de Comunicación de la Universidad Hispalense. Experto en políticas de comunicación, nuevas tecnologías y participación ciudadana de la Unión Europea, ha impartido clases y conferencias como profesor invitado en prestigiosas universidades y centros de investigación de España, Portugal, México, Brasil, Argentina, Chile y Austria, entre otros países. Autor de numerosos estudios, monografías y ensayos en materia de Comunicación y Desarrollo, Políticas de Comunicación, Comunicación Educativa, es autor de “Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento” (Gedisa, Barcelona, 2006).

Hace un par de décadas, en pleno apogeo de la galaxia Internet, una idea prospectiva sobre las nuevas formas de mediación pedagógica al uso, para muchos del todo concluyente, vino a plantear, a modo de giro copernicano, que la cultura digital no plantea a la educación un problema de lectura sino, antes bien, un reto sobre todo de escritura y de modelos de representación. Dos lógicas dominantes han venido marcando sin embargo las experiencias desde entonces en esta materia: la falta de reflexividad teórico-metodológica y una visión informacional de orientación claramente distributiva que, en la educación formal, ha terminado definiendo la Comunicación Educativa como básicamente el aprendizaje del lenguaje de las imágenes. Esto es, pareciera que el problema, en línea con la influencia de la Media Literacy, fuera formar para el consumo y recepción crítica a las nuevas generaciones más que proyectar otras lógicas de reproducción sociocultural. Esta concepción educomunicativa, no obstante, se ha revelado, con el tiempo, manifiestamente inadecuada. En una era marcada por el paso de los *Mass Media* a las redes sociales y la cultura de la innovación, propia de la nueva economía inmaterial, formar a las nuevas generaciones exige una intervención sociopedagógica mucho más productiva y orientada al desarrollo de la capacidad creativa y de expresión individual y colectiva del alumnado.

La emergencia de la nueva figura del *prosumidor* como ciudadano activo en la producción y consumo de códigos indica, claramente, la pertinencia y necesidad de incentivar el desarrollo productivo en las experiencias de educación audiovisual en connivencia con otro tipo de actores y agentes sociales, abordando los derechos a la comunicación y la cultura, a la producción inmaterial, como un problema de reconstrucción y problematización de la dialéctica del cambio local. “El Tiempo Libre es la principal riqueza creada por el crecimiento económico. Su uso inteligente requiere una Educación que en permanencia estimule la creatividad individual y provoque sed de

conocimientos. Es ésta la principal finalidad de la Educación de la Sociedad de la Información. A la Educación le queda por misión precisar la vía difícil por la cual los miembros de una sociedad pueden hacerse innovadores, comunicantes y actores de su propia vida” (Fundación Santillana, 1990: 61). La institución educativa, en esta línea, ha de procurar convertir a los jóvenes en creadores y sujetos activos de la nueva ecología cultural expandida y saturada de imágenes, textos e iconos audiovisuales.

En este empeño, se observan nuevas oportunidades de experimentación que traspasan los muros del Aula. La multiplicación de canales con la TDT y la necesidad de nuevos contenidos y espacios comunales a nivel local permitirían hoy a la educación reglada ser un proveedor privilegiado de experiencias significativas de mediación audiovisual en el que, junto con las organizaciones sociales, el sector educativo aporte mayor visibilidad, contenidos específicos, y nuevas cuencas de cooperación cultural productivas, en su contribución al progreso y bienestar de la comunidad. La idea no es nueva. En la década de los setenta, en el denominado laboratorio audiovisual italiano, la Educación Social experimentó con la creación de los Centros de Medios Audiovisuales una política activa de renovación pedagógica que aún hoy pervive en algunas comunas de la República, inspirando movimientos más recientes de intervención como TeleStreet liderada por Franco Birardi. Hoy además, por otra parte, contamos con espacios informativos como los de La 2 (www.la2noticias.tve.es) que comienzan a promover procesos de participación abierta de los espectadores en la producción de contenidos. Pero estas iniciativas aisladas apenas han sido inscritas en el marco de una política educomunicativa, siendo notoria la ausencia de una estrategia y alianza para el cambio cultural en la mayoría de proyectos de exploración creativa de la producción audiovisual con jóvenes, “La conformación y garantía de un tercer sector audiovisual conjuntamente con la promoción de una educación en comunicación de base ciudadana constituyen dos elementos clave para que la sociedad civil pueda volver a ejercer plenamente sus derechos

comunicativos. Por un lado, la ciudadanía precisa recuperar un ámbito de comunicación comunitaria que le pertenezca de raíz, potente y en igualdad de condiciones a los de gestión público-institucional o privado-comercial. Para ello, es necesario que las organización sociales de base y la sociedad vayan experimentando – conjuntamente – modelos y fórmulas para la gestión y el desarrollo de sus propios servicios de comunicación audiovisual” (Mayugo, 2005: 42). Ello pasa por articular:

- Los talleres formativos y los medios comunitarios.
- Las experiencias de acceso y participación y la educación no formal en las asociaciones civiles.
- El servicio público audiovisual local y las instituciones locales de formación reglada.
- Los centros de profesores y las iniciativas de gestión social sin ánimo de lucro en el audiovisual.
- Los planes de desarrollo local y la producción de contenidos en la escuela.
- Las políticas culturales y las políticas industriales de modernización y desarrollo del territorio.
- El gobierno electrónico y las iniciativas de pedagogía del ocio y educación de la ciudadanía, dentro y fuera de la institución escolar.
- Los proyectos de ciudades educativas y del conocimiento y las experiencias creativas de los jóvenes en las aulas.
- Las comisiones filmicas y el sector educativo, así como la articulación de festivales de cine y jornadas locales sobre el audiovisual con las iniciativas surgidas en el aula o entre el movimiento estudiantil.

El establecimiento de puentes entre lo social y educativo en las estrategias de renovación pedagógica con participación de los jóvenes debe repensar, en esta línea, el papel de la educomunicación en el diseño de la Agenda 21 de la Cultura, pues el ámbito local constituye un espacio privilegiado sobre el que se diseñan y articulan nuevas estrategias de desarrollo que requiere una reconsideración del papel de la enseñanza, pensando que los agentes educativos pueden tener en la mediación de los intereses públicos y su contribución al desarrollo comunitario, una función neurálgica en la medida que:

1. El trabajo de la imaginación produce localidad.

2. Lo local no es un lienzo inerte, es un espacio creativo.
3. En la era global, en el horizonte cognitivo de la Escuela 2.0, el principio consustancial a las culturas populares, el hecho de la adaptación creativa, es un proceso que hay que experimentar, promover e incentivar como parte de un nuevo modelo integral de mediación pedagógica.

Más allá aún del Derecho a Decir y del Derecho a Crear y Expresar con Medios Audiovisuales, la educomunicación aquí asumiría una función articuladora de procesos instituyentes, lo que supondría, de acuerdo con la UNESCO (2006), mayor cooperación y flexibilidad intersectorial, así como la creación de nuevos ecosistemas culturales, integrando la cultura digital, entorno imprescindible hoy para explorar la narrativa audiovisual, y una visión, como decimos, productiva, y no sólo de educación para la recepción de los nuevos códigos culturales.

En este marco, la apuesta por la innovación social y el desarrollo endógeno en la educomunicación audiovisual pasa por reforzar tres ejes problemáticos para la escuela:

- La articulación de nuevas mediaciones entre la comunidad, la institución escolar y las múltiples identidades de los sujetos de aprendizaje.
- La contribución a la gobernanza y el desarrollo local, cultivando la memoria y los modelos culturales autóctonos.
- Y la producción de contenidos locales y la lucha por el código y salvaguarda de la biodiversidad cultural del entorno.

En coherencia con estos retos y dimensiones fundamentales de la nueva Comunicación Educativa, las políticas públicas deben redefinir el papel de los actores locales y las instituciones educativas, discutiendo las formas de extensión tecnológica del conocimiento como crítica cultural de la mediación, considerando cuando menos cuatro frentes culturales:

- A) **La dependencia tecnológica.** Introducir las cámaras en la escuela no puede significar la pérdida del dominio público, por lo que experimentar con imágenes ha de ser también impugnar el código propietario que limita la creatividad de los educandos por los sistemas de procesamiento restringido de información, conocimiento y apropiación de las imágenes públicas que hoy viene a situar a la educación pública en posición de dependencia de los productores y nuevos mediadores culturales (Apple, Microsoft, Sony, etc. . .).

- B) **La política de la memoria.** Por otra parte, una economía política de la comunicación educativa liberadora en la lucha por la ciudadanía debe partir de la firme apuesta por una pedagogía de la representación que cuestione la apropiación de los archivos, y en general del trabajo inmaterial. Toda política democrática pasa, en este sentido, por articular frentes culturales valorizando la propia cultura popular, frente a la posmodernidad tecnocrática, retomando así algunas ideas de Masterman en la línea del enfoque de análisis de la representación y crítica de la mediación.

- C) **La cooperación.** La importancia y necesidad de una alianza social en la defensa de un ecosistema audiovisual respetuoso con la biodiversidad autóctona requiere reforzar las formas de cooperación, a nivel micro, entre los grupos participantes en las experiencias de creatividad audiovisual, pero también a nivel macro, entre agencias, actores e instituciones culturales, tanto local como nacional y regionalmente.

D) **La participación social.** La democratización informativa y la ampliación del dominio público pasa por garantizar la participación social de los jóvenes en las políticas públicas de modernización de la escuela y de la propia articulación de las ciudades educativas y del conocimiento. De ahí la necesidad de politizar la educomunicación y de articular alianzas con el Tercer Sector si, de verdad, se trata de hacer emerger lo real, proyectando nuevas prácticas instituyentes, un nuevo pensamiento y praxis social para pasar de la cultura de la resistencia a la razón emancipadora a partir, cuando menos, de tres compromisos intelectuales en la reconstrucción del dominio público educativo:

- La socialización de los sistemas de información y conocimiento, hoy asimétricos en las lógicas de distribución del mercado.
- La defensa de lo procomún, oculto o mixtificado.
- Y el antagonismo político cultural de las formas cosificantes y hegemónicas de “inversión cultural” asociadas a la extensión tecnológica que, en la actualidad, las políticas educativas ignoran.

Se trataría en suma de facilitar una lectura comunitaria de apropiación del futuro como otro modo de pensar el desarrollo social de la escuela en la galaxia internet, partiendo de lo más elemental para el “pensamiento negativo”: ¿ Para qué y por qué modernizar la enseñanza-aprendizaje con la producción de imágenes ? . ¿ Desde dónde ? . ¿ Con quién y para quién ? .

BIBLIOGRAFÍA

- FUNDACIÓN SANTILLANA (1990). *Prospectiva, reformas y planificación de la educación. Documentos de un debate*, Madrid: Editorial Santillana.
- HERRERA FLORES, Joaquín (2005b). *El proceso cultural: Materiales para la creatividad humana*. Sevilla: Aconcagua Ediciones.
- MAYUGO, Carme (2005): “La audiovisualidad, territorio ciudadano para ejercer el derecho a la comunicación” en Marcelo Martínez (Ed.). *El Tercer Sector y el Audiovisual*, Santiago de Compostela: CIDACOM/USG.
- SIERRA, Francisco (2010). *Comunicación, educación y desarrollo. Apuntes para una historia de la Comunicación Educativa*, Sevilla : Comunicación Social Ediciones.
- UNESCO (2006) : *International Programme for the Développement of Communication. An Evaluation of the Reforms*, París : UNESCO.

