

## **MEDIOS MENSAJES Y EDUCACIÓN EN LA ERA DIGITAL**

Particularmente los últimos treinta años han estado marcados por una redefinición de los objetos de estudio y las especificidades académicas en el conjunto de las Ciencias Sociales. Dentro de esta nueva territorialización académica y profesional, los estudios sobre la relación de los sujetos con las tecnologías de la comunicación han ocupado un lugar superlativo, marcado por una constante inquietud en torno a la cuestión de su influencia, su impacto, y su poder de determinación de los comportamientos y visiones del mundo.

Asimismo, abundan hoy en día prácticas profesionales basadas en una concepción mecánica de la circulación de mensajes mediáticos que a modo de aguja hipodérmica irían inyectando ideas a los usuarios, llevando a los técnicos más novatos a confundir el simple encendido de un medio con la idea del impacto comunicacional o informativo, e inclusive a improvisar sobre la obtención de réditos en términos de "sentido" o posicionamiento de ideas o signos.

La inserción de la tecnología digital, la multiplicación de pantallas dentro y fuera del hogar, así como la industrialización del diseño en sus distintos formatos altera definitivamente el lugar que ocupan los medios en los distintos procesos de socialización de los ciudadanos, tornando complejo el análisis del sentido comunicacional que finalmente adquiere un mensaje audiovisual, y sus consecuencias en la conformación de imaginarios, audiencias, "tribus estéticas" y estructuras de recepción en general.

Se torna entonces complejo el juego de decisiones y expectativas a la hora de comunicar "algo, sobre algo, para alguien". (Aristóteles)

Precisamente la acumulación teórica de los últimos años - tanto desde la perspectiva culturológica en Francia con Pierre Bourdieu y las categorías de *Habitus* y *Distinción*, como desde los Estudios Culturales Británicos, y con particular énfasis de los estudios del campo de la Comunicación y la Cultura en América Latina - ha intentado dar cuenta de los procesos de "mediación cultural" que operan a modo de "velo" entre los públicos usuarios de medios y el contacto puntual con los mensajes mediáticos. Son éstas corrientes las que han permitido redefinir un objeto de estudio social-transdisciplinar que ubica a la Cultura y la Comunicación como su eje principal.

Debe reconocerse a dicho tronco teórico que, sin haber logrado parir "la nueva ciencia social", sí ha logrado enriquecer e integrar sobremanera el objeto de estudio de las Ciencias Sociales preexistentes, al desentrañar los complejos procesos de la comunicación y la construcción de cultura, contribuyendo de modo definitivo al esclarecimiento de los embrollos lingüísticos de la llamada "comunicología", con la que desde hace años lidian las distintas facultades de Ciencias de la Comunicación, confundiendo aún bajo dicha "ciencia todológica" al homo/científico que observa, evalúa y mide fenómenos sociales que involucran medios de comunicación, del homo/técnico que utiliza los medios para ampliar un mensaje. Es decir, se puede ser un experto en Comunicación sin saber encender un aparato.

En este marco el comportamiento social - con el que intentan conectar las productos mediáticos - se redimensiona si consideramos que los marcos de referencia (repertorios de signos, gustos, formas de decir) del sujeto, se generan a través de múltiples procesos de socialización, ya sea a partir de pantallas tangibles (medios, tics) así como de "pantallas intangibles" que también transmiten signos (familia, escuelas, códigos urbanos), generando en el sujeto una forma de mirar, valorar y "degustar" el mundo.

Es este un marco teórico o fáctico dentro del cual el advenimiento de las nuevas tecnologías de comunicación parece transformar de un modo definitivo los procesos de socialización y aprendizaje de las nuevas generaciones al punto tal que desde el propio mundo académico y sin justificaciones que superen las premisas de un juego de magia se afirma que "las nuevas generaciones tienen genes digitales".

La afirmación borra de un plumazo sin mayor explicaciones los miles de años de civilización lecto-escritural, magnifica los laberintos informáticos de la información en formato de hipertexto (cel + Internet) en los cuales se ingresa con un encendido y sin ruta predefinida, socavando las virtudes que para los cerebros ideas-pensantes conlleva la linealidad lógica sobre la cual se ha fundado el trabajo, la composición musical, el relato, la vida doméstica, la educación, el diálogo (la escucha), la Escuela, la Democracia, el Derecho. La tolerancia, la paciencia, y el sacrificio, también parecen ser valores hijos de la linealidad jaqueada por la socialización en base a hipertextos.

Se agrega como factor conflictivo que la "neo cultura digital" debe convivir en la sociedad con otras grandes dimensiones culturales que la atraviesan desde estadios sociales anteriores, cómo las culturas letradas del mundo universitario, las culturas mediáticos de un enorme porcentaje de padres y madres socializados bajo el valor legitimador de la televisión y la radio, e inclusive conviven con culturas orales de raíces rurales o suburbanas que se han "integrado" a través de los corrimientos migratorios del campo a la ciudad en cinturones conformados durante décadas en las hoy zonas marginales de las capitales.

Así las cosas, el presente curso se propone un recorrido a modo de glosario operativo por los principales conceptos a gobernar por cualquier profesional o técnico que este en contacto con medios y mensajes bajo el formato que sea, para salta desde allí a una reflexión profunda del conflicto del uso del "texto" y el "hipertexto" en los procesos socio-educativos de los nuevos ciudadanos así como sus repercusiones en las cosmovisiones, valores, construcciones de ciudadanía, etc.

Será necesario entonces un recorrido previo por conceptos clave "las aldeas globales" y los procesos de hibridación cultural; el corrimiento del objeto de estudio "de los medios a las mediaciones" para entender los procesos de recepción/producción de medios y mensajes.

Será también un manual de aprendizaje de algunos problemas a resolver desde el mundo de la educación tal que opongán, complementen o tiendan puentes entre la cultura de la palabra y la cultura de la imagen.

¿Es necesario que una cultura se imponga a otra? ¿Cómo conviven? ¿Qué pronóstico de convivencia manejamos? ¿Cuál es la cultura dominante? O de otro modo: ¿Es necesario dar alguna batalla?, ¿a quién hay que alfabetizar de qué? podrían ser preguntas clave sin las cuales no deberían transcurrir los alumnos del presente curso.

## OBJETIVOS

- El presente curso tiene por objetivo primero aportar de forma compendiosa un glosario de conceptos, preguntas y respuestas clave sobre nuevos aportes en el campo de conocimiento de la Comunicación y la Cultura.
- Inculcar y dotar a los estudiantes de herramientas de análisis de los nudos conflictivos a resolver sobre el choque o complemento de la cultura lecto-escritural palabra-dependiente, con la socialización mediante tecnologías hipertextuales (tics) de modo de tener otras certezas sobre los resultados educativos.
- Compartir y delinear nuevos campos de indagación e investigación académica sobre el uso y porvenir de los mensajes y los medios en el campo educativo.

## METODOLOGÍA

Se trabajará en sesiones teóricas sobre distintos modelos de comunicación y en base a prácticas con simulación de problemas concretos del quehacer profesional. Asimismo se confrontarán los postulados teóricos con estudios de caso de uso de tics en las nuevas generaciones. Habrá recomendaciones puntuales de lecturas de materiales de una sesión de trabajo para la siguiente. Todos los materiales de lectura serán aportados por el curso.

## EVALUACIÓN

Culminado el curso los estudiantes deberán presentar un proyecto de investigación en base a una guía práctica entregada por el profesor. El mismo puede enmarcarse en el desarrollo de un proyecto profesional del alumno o simplemente operacionalizar un tema de interés. Igualmente el mismo deberá contener una reflexión inicial en formato de ensayo de modo de justificar los conceptos teóricos y las variables empíricas a indagar.

## PROGRAMA CURRICULAR

### **Módulo 1: COMUNICACIÓN**

- a. Comportamiento, Comunicación y Medios en el siglo XXI
- b. La neo Ciencia de la Comunicación (ordenamientos epistemológicos)
- c. De la transdisciplina al campo de conocimiento independiente
- d. Las disciplinas auxiliares: SEMIOLOGÍAS Y SEMIÓTICA
- e. Apuntes sobre teorías de signos y mensajes

### **Módulo 2: CULTURAS – MEDIOS – AUDIENCIAS - COMUNIDADES**

- a. Los procesos de hibridación social: de la cultura "cultura" a las culturas distintas.
- b. Mediaciones tecnológicas y des-ordenamientos comunicacionales.
- c. La cuarta era según Mc Luhan: ¿El medio es el masaje? Vs. ¿El medio es el mensaje?
- d. Audiencias, Comunidades Interpretativas, tribus urbanas y estilos de vida.

### **Módulo 3: EDUCAR EN LA ERA DIGITAL**

- a. ¿A quiénes alfabetizar? ¿Alfabetizar en qué?
- b. Puentes y rupturas entre el texto y el hipertexto
- c. Del pensamiento en palabras al pensamiento en imágenes
- d. Dislexias del mundo adulto y nuevos ciudadanos
- e. Usos de tics en los jóvenes de clase alta, media y baja.
- f. Los egresados del Plan Ceibal (Análisis de caso)
- g. Líneas para pensar un neo-renacimiento educativo

BIBLIOGRAFIA ESPECÍFICA

- Austin, John L** *Cómo hacer cosas con palabras*  
Ed. Paidós, Barcelona, 1996.-
- Barbero, J. Martín** *De los medios a las mediaciones*  
Ed. Gustavo Gilli, México, 1987.-
- “Dinámicas urbanas de la cultura”  
Revista Gaceta Nro.12 del Instituto Colombiano de  
Cultura. Enero-Febrero 1992.-
- Bourdieu Pierre** *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*  
  
Ed. Taurus, Madrid, 1999.-
- Eco, Umberto** *Apocalípticos e integrados*, Seix Barral, 1986.-
- “¿El público perjudica al televisor?”  
en M. de Moragas Sociología de la  
Comunicación. ed. Gili Barcelona 1983.-
- La estructura ausente.*  
Ed. Lumen. Barcelona. 1989.-
- El Signo.* Editorial Labor, Barcelona, 1988.-
- Ford, Aníbal** *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*  
Ed. Amorrortu Bs. As, 1996.-
- Guardia Crespo, Marcelo** “Mediaciones en la mira: culturas populares,  
recepción educación y desarrollo.”  
Cuaderno Contribuciones,  
Instituto CIEDLA Nro.3; 1988.-
- Kerbratt – Oreccioni** *La Enunciación de la subjetividad en el lenguaje*  
Ed. Hachette, Buenos Aires, 1985.-
- Mc Luhan, M; Fiore, Q.** *El medio es el masaje. Un inventario de  
efectos.* Ed. Paidós Studio, Barcelona, 1997.-
- Morley, David.** *Televisión audiencia y estudios culturales.*  
Ed. Amorrortu; Buenos Aires; 1995.- (Cap.3)
- Lozano J. Carlos** “Del Imperialismo cultural a la Audiencia activa:  
Aportes teóricos recientes.”  
Revista Comunicación y Sociedad. Nro. 10-11

- Lull, James** *Medios, Comunicación, Cultura*  
Ed. Amorrortu, Bs. As., 1997.-  
(Cap. 3 y 5 Pág. 192 - 214).
- Orozco Gómez, Guillermo.** "La mediación en juego:  
Televisión, Cultura, Audiencias"  
Revista Comunicación y Sociedad Nro.10-11.-
- "Mediaciones tecnológicas y  
des-ordenamientos comunicacionales"  
Revista Signo y Pensamiento Nro. 41.  
Diciembre 2002.-
- Perroni, Esteban** "Manual de Apuntes y Textos de Investigación  
en Comunicación". Parte 3.-
- Restrepo, Mariluz** *La semiótica de Charles S. Peirce*  
Revista Signo y Pensamiento Nro.16.-
- "El mensaje: categoría de Comunicación"  
Revista Signo y Pensamiento Nro.12.-
- Urresti, Marcelo** *Ciberculturas juveniles.*  
Ediciones La Crujía La plata 2008.-.\_