

Los medios y la educación

Vladimir Zapata V.^{*}

Yamid. O podríamos igualmente decir Juan y sobran los indicios. Son tan conocidos y tienen tanta audiencia que no requieren la adjetivación de un apellido.

Sin embargo, su papel en la Colombia actual amerita una glosa. Ante todo, el medio desde el cual plantean sus ofertas, la radio, tiene una penetración total en el territorio nacional. Tanto que para muchos compatriotas éste es el vehículo para mantener la identidad y el sentido de pertenencia. Al mismo tiempo para otros se convierte en ocasión de duda, renunciación, mejor, de desintegración de la personalidad social básica y por ello de “descolombianización”. El hombre hecho a la medida del consumo que responde a un desiderátum transnacional.

♦ Vladimir Zapata V. Profesor Facultad de Educación. Universidad de Antioquia.

Desde la década del 30, cuando para responder a una demanda económica como la consolidación de un mercado nacional y la primera modernización auspiciada por la Revolución en Marcha, hasta hoy, que aparece como un inevitable factor de control cultural y político, la radiodifusión se instaló en el país para quedarse, y ensanchar gradualmente su ámbito de influencia, su poder de convocatoria.

No en balde ha persistido el interés entre los políticos y empresarios por las emisoras regionales o por las grandes cadenas. Es que con su mediación se venden cosas, ideas, representaciones y hasta personas (por ejemplo candidatos). Tecnología de las comunicaciones y psicología de masas proporcionan la clave para que en lo inmediato, desde tal medio, don Yamid y don Juan funjan como especies de ministros de educación, esto es, como quienes diaria y nochemente le sugieren (con poder de persuasión y coacción) a los colombianos, lo que hay que creer, lo que hay que pensar y las maneras socialmente aceptadas para actuar.

Esta verificación de la forma como se procede con la radio desafía la imaginación magisterial. Este tema generador y sugestivo reclama su incorporación a las preocupaciones cotidianas de la cultura escolar. Las noticias, el deporte, la recreación, llegan a muchos colombianos (y entre ellos los niños y jóvenes) a través de este medio. Por allí, insidiosamente, se filtran las opiniones, los gustos, los prejuicios, los ideales, en fin, parte de la formación, si no toda, de los hombres y ciudadanos de esta sociedad.

Por eso resulta del mayor interés para los maestros conocer y enseñar la lógica de funcionamiento de este medio. Así como se habla de pedagogía de la imagen se podría hablar de una pedagogía de las representaciones que circulan a través de las ondas hertzianas.

Así, pues, los maestros deberíamos tener en cuenta frente al caso que nos ocupa, lo siguiente:

1. Las grandes cadenas radiales en Colombia están ligadas al capital monopólico. Por ejemplo RCN pertenece al grupo Ardila Lulle y Caracol es del grupo Santodomingo. Las pequeñas emisoras son propiedad de políticos

regionales y eventualmente de las parroquias. En todas los intereses son muy circunscriptivos y predeterminados.

2. La radio es reiteración. Allí radica su eficacia. La persistencia subyace en su dinámica de funcionamiento. Las verdades como las noticias se fabrican, los hábitos se inducen, las prácticas comportamentales se controlan y la repetición es la clave.

3. Con la radio se produce un tipo de afiliación cuasi-religiosa y que hace creer a pie juntillas que fuera del consumo no hay salvación. Por eso la savia que la alimenta es la pauta publicitaria. A ella se subordina todo criterio, con discreción o no.

4. El inevitable privilegio del canal emisor-receptor conduce a la pasivización del segundo y soslaya el genuino proceso de comunicación reduciéndolo a pura “municación”. Hay abdicación del factor humano.

5. De medio de entretenimiento e información la radio ha pasado a ser un poderoso dispositivo tecnológico apto para subsidiar los procesos de sujeción-desujeción. De ahí su función provocadora y provocativa de cara a los maestros.

Se entiende, entonces, por qué se conoce tanto a Yamid y a Juan. Más aún, se comprende dónde radica su poder. En la capacidad de movilizar. En la posibilidad de modelar. Y el extraordinario vehículo que lo concretiza está ahí, la radio, aguardando a los nuevos maestros.