

24

Colección
Ciencias Sociales

Caminos para construir un medio escolar

Juan Carlos Ceballos Sepúlveda
Compilador



Ceballos Sepúlveda, Juan Carlos, compilador

Caminos para construir un medio escolar / Compilador Juan Carlos Ceballos Sepúlveda – 1 edición – Medellín: UPB. 2023 -- 125 páginas. -(Colección Ciencias Sociales, 24)

ISBN: 978-628-500-108-6 (versión digital)

1. Educación 2. Enseñanza: medios de comunicación 3. Estudios de comunicación

CO-MdUPB / spa / RDA / SCDD 21 /

Cómo citar este libro en APA:

Ceballos-Sepúlveda, J. C. (Comp.) (2023). Caminos para construir un medio escolar. Medellín: Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

© Juan Carlos Ceballos Sepúlveda

© Julián David Vélez Carvajal

© Ana Lorena Malluk Marengo

© Santiago Burbano Orozco

© Laura Cristina Castrillón Valencia

© Tatiana Lozano Jaramillo

© María Camila Rendón Fernández

© Editorial Universidad Pontificia Bolivariana
Vigilada Mineducación

Caminos para construir un medio escolar

ISBN: 978-628-500-108-6 (versión digital)

DOI: <http://doi.org/10.18566/978-628-500-108-6>

Primera edición, 2023

Escuela de Ciencias Sociales

CIDI. Grupo de investigación: GICU (Medellín) - COEDU (Montería). Proyecto de investigación:

Medios escolares: mapeo de experiencias significativas en instituciones educativas en el Valle de Aburrá y Montería. Radicados: 102C-05/18-17 (Medellín) y 234M-07/18G-015 (Montería)

Gran Canciller UPB y Arzobispo de Medellín: Mons. Ricardo Tobón Restrepo

Rector General: Padre Diego Marulanda Díaz

Vicerrector Académico: Álvaro Gómez Fernández

Decano de la Escuela de Ciencias Sociales: Omar Muñoz Sánchez

Directora Facultad de Comunicación Social-Periodismo: María Victoria Pabón Montealegre

Coordinadora (e) Editorial UPB: Maricela Gómez Vargas

Producción: Ana Milena Gómez Correa

Diagramación: María Isabel Arango Franco

Corrección: Cristian Suárez Giraldo

Diseño portada: Andrés Marín Yepes

Dirección Editorial:

Editorial Universidad Pontificia Bolivariana, 2023

Correo electrónico: editorial@upb.edu.co

www.upb.edu.co

Medellín-Colombia

Radicado: 2282-02-08-23

Prohibida la reproducción total o parcial, en cualquier medio o para cualquier propósito sin la autorización escrita de la Editorial Universidad Pontificia Bolivariana.

Capítulo 3

Narrar para ser leídos. ¿Cómo logramos que nos lean / escuchen / vean?

Santiago Burbano Orozco¹

Los estudiantes fundadores de *El Espejo*, el periódico escolar del Colegio Cumbres de Envigado, recuerdan bien esa primera edición del medio. El papel estaba todavía tibio, olía rico y tenía sus nombres impresos en tinta. Es una emoción que no se borra. Ese día, se distribuyó por todo el colegio a estudiantes, profesores, administrativos y padres de familia. Estaban expectantes de qué acogida iba a tener entre sus compañeros. Esa emoción inicial se derrumbó al día siguiente cuando vieron varios ejemplares intactos en la basura; se notaba que ni siquiera se habían abierto. Pensaban en tantas reuniones, en las traspasadas y el esfuerzo para que alguien lo recibiera, le diera una ojeada somera y lo tirara sin más a la basura.

Cinco años después, en una visita al mismo colegio, los miembros actuales del equipo del periódico decían: “Hay que hacer mucho trabajo, pero casi nadie lo lee”, “vemos que algunos lo reciben y lo botan, no les interesa”, “¿para qué vale

1 Comunicador Social-Periodista (UPB). Analista de Comunicaciones en Comfama.
santiagoburbano85@gmail.com

la pena hacer esto, entonces?”. ¿Para qué vale la pena hacer esto? Si el maestro Freinet enseñó que se escribe para ser leído, la pregunta equivalente podría ser: ¿vale la pena narrar para no ser leídos?

Un MCE es un ejercicio poderoso porque en él coexisten la comunicación y la práctica educativa. Por eso, es indispensable recordar que la comunicación no es un ejercicio solitario ni egoísta, sino que tiene sentido en tanto se genera un *nosotros*. Es una ventana, más que un espejo, a través de la cual me permito ver al otro y que este también me vea a mí. Eso significa que, para comunicar, incluso antes de pensar en lo que quiero decir, ya el otro que me va a leer está presente en mi pensamiento. Esto es elegir el diálogo, no el monólogo.

Freire (1985) nos enseña que el diálogo es “este encuentro de los hombres, mediatizados por el mundo, para pronunciarlo no agotándose, por lo tanto, en la mera relación yo-tú” (p. 107). Es decir, pronunciar el mundo para que en él exista el nosotros. Comunicar es, en últimas, hacer brotar el nosotros. Entonces, la siguiente pregunta es: ¿cómo emerge el nosotros en un medio escolar? Estas son algunas pistas.

Tender el puente

El medio escolar está llamado a generar comunidad, a ser un punto de encuentro. Es cierto que las reuniones de equipo para pensar en los temas, en los formatos y las secciones aportan importantes aprendizajes (ver el próximo capítulo), pero una de las razones más relevantes del medio escolar es interpelar a quienes puedan leer, escuchar o ver los contenidos. Muniz Sodré (2002) recuerda que el objeto de la comunicación no lo constituyen los medios; su objeto es la vinculación humana. O sea, cómo y por qué estamos socialmente juntos. En eso se debe pensar al momento de elaborar una revista, periódico, programa de radio, libro: ¿por qué y cómo estamos juntos en el medio escolar?, que es igual a preguntar ¿de qué manera el medio escolar está sirviendo para vincularnos como comunidad?, ¿provoca conversaciones y diálogos?

Para saber esto, es necesario revisar quiénes componen la comunidad y cómo se pueden incluir en las narraciones. El periódico *El Humanista* del INEM José Félix de Restrepo de Medellín,² con más de cuarenta años de historia, lo tiene muy claro y lo expresa en los créditos de su medio: “Un periódico de la comunidad inemita para la ciudad de Medellín”. Esa claridad se refleja en sus contenidos, donde comunican no solo lo que pasa en su colegio, sino también temáticas de interés público como el machismo en el país, las marchas estudiantiles, historias del Centro de la ciudad y los habitantes de calle, entre otros. Los estudiantes salen de los muros de su colegio y reparten el periódico en espacios de ciudad como las estaciones del Metro y, así, cumplen con ese propósito de que sus contenidos sean conocidos por la ciudadanía en general.

Sin embargo, esta es una experiencia particular y no todos los medios tienen ese propósito, sino que dan cuenta de su propio contexto. Esto lo enseña la experiencia de la Institución Educativa Rural El Hatillo, sede La Isaza,³ una escuela del municipio de Barbosa, al norte del Valle de Aburrá, cuyo ejercicio se basa en la elaboración de libros artesanales como parte de las estrategias transversales de aprendizaje de los niños y niñas. La clave de esta experiencia está en que las profesoras identificaron, además de educar a sus estudiantes, que era necesario vincular a las familias, dado que muchas de ellas no habían terminado sus estudios de primaria, pero sí tenían conocimientos tradicionales valiosos. Por eso, las involucraron en la elaboración de los libros, lo cual permitió que se reforzaran sus tejidos familiares, a la vez que se potenció la educación más allá del estudiante y las paredes de la escuela con saberes curriculares y tradicionales. Los libros contienen temáticas como recetas de cocina típicas de la región o plantas medicinales y sus usos.

Estos dos casos enseñan, precisamente, que el éxito de tender ese puente está en la comprensión del contexto, sus necesidades y sus propios conocimientos, algo que supera cualquier fórmula pre-establecida. Eso es lo que tienen en común dos medios escolares

2 Ver la experiencia de El Humanista en: <https://escuelaenelmapa.com/>

3 Ver la experiencia de El Hatillo en: <https://escuelaenelmapa.com/>

significativos: uno en un contexto rural y familiar, otro urbano y de temas de ciudad, pero ambos atinando en que su público se vea reflejado en sus contenidos y, por ende, se interese por él; máxime se recuerda a Ceballos (2015) cuando, al definir un medio escolar, lo entiende como un punto de encuentro “que comparten estudiantes, maestros, directivos, padres de familia y, por qué no, habitantes de las comunidades locales” (p. 105). Esa lectura contextual después nos orienta en cuanto a formatos, tonos, temas, alcance, entre otras posibilidades, para responder la pregunta: ¿cómo aportar a la comunidad de la que hace parte la institución educativa con lo que se publica en el medio escolar?

Hablar otros lenguajes

“¿Cuál es el formato de su medio escolar?”, fue la pregunta para los chicos. “Un periódico”, respondieron con seguridad. “¿Y ustedes leen periódicos?” El silencio fue suficiente. “Y sus compañeros, ¿leen periódicos?, ¿usan la prensa como un medio habitual de su cotidianidad?”. Se sumaron dos silencios. “Entonces, ¿por qué ustedes tienen un periódico?”. Cuando parecía que iban a ser tres, sonó tímidamente: “Porque eso es un medio de comunicación, ¿no?”.

Este relato está asociado a más de una experiencia de medio escolar porque es habitual encontrarlo. Y no es gratuito. La idea de medio escolar puede ser difusa al inicio, y las motivaciones tampoco pueden ser claras, por eso, es necesario plantearse preguntas como:

- ¿Se quiere dar voz a los estudiantes y protagonismo a sus narraciones?
- ¿Se quiere potenciar un rol activo en la educación y hablar de sus mundos, de la experiencia de vida que llevan a las aulas?

Es decir, se trata de asumir el medio escolar como “un espacio por el que circulen significados y sentidos; un punto de encuentro de ideas, reflexiones, experiencias de vida” (Ceballos, 2015, p.105). Puede ser que con el recorrido del medio esto se vaya dando, pero a menudo también sucede que la idea inicial sea, a secas, querer tener un medio de comunicación en el colegio. ¿Por qué?

Aunque es una iniciativa muy valiosa, sucede que en lugar de pensar primero qué necesitamos como comunidad en términos de formato y dinámicas para lograr los objetivos de la comunicación/educación, se asocia de entrada que hay que buscar algo similar a lo que se da en los medios de comunicación tradicionales, cuyos formatos tienden a ser periódicos, emisoras de radio, noticieros, entre otros. Así es cómo en un colegio donde sus estudiantes no leen periódicos, terminan teniendo uno.

Es importante recordar que lo que diferencia a un medio escolar de uno de comunicación tradicional es que el primero tiene su énfasis puesto tanto en el proceso como en el producto (Ceballos, 2015). Aunque ambos son igual de relevantes, uno busca comunicar y educar, mientras que al otro, el tradicional, le interesa, principalmente, informar a la llamada opinión pública, a grandes públicos que los consumen.

De ahí que sea crucial la pregunta sobre qué necesitamos aquí y ahora, en este entorno, con estos estudiantes y sus intereses y con los recursos con que contamos. Entonces, surgen más preguntas orientadoras:

- ¿Necesitamos un lenguaje informativo y noticioso?
- ¿Nos sirve un periódico físico semanal?
- ¿O tenemos la posibilidad de contar las historias propias de otra manera?

Si la respuesta es sí, bienvenido el periódico o cualquier otro formato; pero es necesario que se haga consciente la pregunta con antelación y que se supere esa idea inicial a replicar lo que los medios tradicionales hacen.

Entonces, la clave es detenerse en los lenguajes, las maneras de contar. Los formatos, es decir, los soportes y los canales, deben ser elegidos sobre el contexto propio y no al revés; la lectura que haga de ese contexto, de sus actores y sus intereses, va a ser fundamental para acertar en las maneras de estructurar el medio escolar, que, a la larga, puede ser un insumo para ser verdaderamente leídos, escuchados o vistos por la comunidad.

Ahora bien, esto requiere creatividad. Si en una institución se opta por un formato u otro puede que, aun habiéndose hecho estas preguntas, se desconozcan otras posibilidades de narrar, otras opciones que existen para llevar a cabo un ejercicio comunicacional. Esto fue un aprendizaje durante la investigación que dio paso a este libro. Cuando identificamos que en El Hatillo existía una experiencia que podría ser interesante, tuvimos una conversación telefónica en la que las maestras contaron de qué se trataba, quiénes participaban, para qué había servido. Al colgar, la sensación que quedó fue: ¡Qué bonita experiencia, pero lástima que no sea un medio escolar! Esto llevó a la pregunta, pero ¿por qué no lo era? Después de revisar bien la definición de medio escolar y lo que verdaderamente lo hace ser tal, el pensamiento inicial resultó erróneo. Los libros artesanales iban a ser descartados porque se veía poca relación con lo que es un medio escolar. Es decir, fue un pensamiento apresurado el que el formato determina la experiencia. Luego, cuando se hizo la visita de campo, se pudo constatar que sí cumplía con las características de un medio escolar significativo: daba cuenta del contexto, sus intenciones formativas y pedagógicas, la participación de los niños y niñas, y la vinculación de la familia en el proyecto.

Es por eso por lo que vale la pena ampliar ese panorama de posibilidades con creatividad, y una buena manera de comenzar es revisando cuáles son las formas en las que se expresa el público de cada comunidad para, con base en eso, proponer las narraciones. En lugar de sentarse a esperar a que los jóvenes se interesen de la nada por formatos tradicionales, se puede también explorar la posibilidad de conocer y acercarse a los suyos. ¿Qué tal las tendencias en las redes sociales como Instagram, TikTok, Twitter, o las que sigan llegando en los años siguientes? Esos espacios, además de funcionar como canales de entretenimiento o información, cuentan también con contenido de valor y pedagógico que ha asumido el reto de transformar las maneras de narrar para introducirse en esos espacios. Hay que recordar que, además de un tema de forma, el contenido y, sobre todo, la intención comunicacional es lo protagónico en la experiencia, pero es innegable que el cómo es un ingrediente clave.

En la Institución Educativa Eduardo Santos, ubicada en la comuna 13 de Medellín, hay una apuesta tremenda que da cuen-

ta de ello. Esa zona de la ciudad es reconocida por haber sufrido especialmente la violencia de Medellín, sobre todo a comienzos de los 2000.⁴ Allí hubo asesinatos, desapariciones forzadas, torturas y demás acontecimientos que la marcaron como una zona peligrosa de la ciudad. Con el tiempo, esta comuna ha hecho esfuerzos por resignificar esa historia; el *graffitour*, por ejemplo, es un recorrido por el espacio, en el que artistas urbanos locales cuentan la historia de la comunidad a través de grafitis.

Precisamente por estar el Eduardo Santos en esta zona, la comunidad educativa se puso de acuerdo para hacer un museo pintado en sus paredes. Esos muros también cuentan parte de esa historia y los mismos estudiantes son los que hacen el recorrido, que está abierto a cualquier grupo de la ciudad que quiera visitarlo. Si bien la idea de un museo de murales es atractiva *per se*, esta cobra más sentido aun al surgir en un colegio que está inmerso en un contexto como ese, lo que muestra que la iniciativa responde a una decisión contextual y, además, como dijimos, creativa y no convencional. Un lenguaje distinto, atractivo y que interpela. El mismo colegio cuenta, además, con un periódico, *Tiempo Santista*, un medio escolar más convencional y que, sin embargo, resulta significativo para sus integrantes.

Entonces, si la comunidad es afín, por ejemplo, a los videos, ¿qué tal si se complementan los textos con un componente audiovisual? Y si los chicos y chicas mantienen los audífonos puestos, ¿qué tal aventurarse a explorar un formato de audio? Y si solo se informan a través de las redes sociales, ¿qué tal generar contenidos que apliquen para ese espacio digital? No se trata de abandonar los formatos convencionales de entrada, sino de abrirse a la posibilidad de incluir otros lenguajes.

4 Uno de los hitos de esta violencia fue la Operación Orión, un operativo militar llevado a cabo en octubre del 2002 en la comuna 13 de Medellín, con el objetivo de atacar las milicias urbanas de guerrillas que había en el sector. En este operativo, sin embargo, hubo civiles heridos, desapariciones forzadas, torturas y ejecuciones extrajudiciales.

Ahora bien, todo esto requiere un criterio y no una receta mágica predeterminada. Los miembros de *El Espejo*, del Colegio Cumbres, identificaron que seguían sin ser leídos como esperaban, entonces plantearon una apuesta por migrar a un formato digital. Después de la dedicación, los recursos y el tiempo invertido, lograron sacar una edición digital. ¿Resultado? Las lecturas fueron más o menos iguales. ¿Eso significa que fracasó la iniciativa? En lo absoluto, y quizás sea una ruta que pueda abrir más puertas, pero sí muestra que el formato es solo una parte, pues se puede caer en el error, sobre todo cuando se trata de las TIC, de pensar que estas son la panacea para llegar a nuevos públicos. No hay panaceas en estos ejercicios, sino más bien lecturas contextuales acertadas.

Estar del otro lado

Con estas ideas, es posible empezar a cuestionarnos profundamente sobre la concepción vertical de la comunicación, esa del esquema tradicional de emisor, mensaje y receptor, y plantear una que, desde el comienzo, se pregunte por cómo será recibido ese mensaje y por quiénes, para que realmente se propicie una conversación.

¿Recuerdan la pregunta de este capítulo? ¿Cómo hacer que nos lean, nos escuchen o vean a través de nuestros medios escolares? Ceballos (2015) ofrece una pista con dos dimensiones a considerar: Los integrantes del medio escolar tienen en cuenta su experiencia de vida y su contexto a la hora de construir sus narraciones. Por eso, es importante considerar algo simple que a menudo se olvida: el público destinatario de los contenidos tiene una identidad heterogénea, puede tener otros intereses y maneja otros lenguajes. Todos estos factores pueden incidir en que los contenidos los interpielen o no, y por eso hay que considerar más la dimensión contextual que la propia, es decir, la de los destinatarios. Por más esfuerzo que se ponga o calidad que tenga el contenido, si va en contravía o no se acerca a las maneras en que el público recibe, es posible que esa calidad se quede en los estantes de los libros empolvados. De ahí que es necesario estar del otro lado. No solo tender ese puente del que se habló al comienzo, sino cruzarlo con frecuencia, mirar cómo se ve el mundo desde el otro lado, qué asuntos interesan del otro lado, por

qué lo hacen, cómo se reciben, y no suponer lo que quieren o cómo lo quieren. Estar del otro lado es ponerse en el papel de quien va a leer, escuchar o ver y preguntarse si, desde su punto de vista, lo que se va a publicar le llama la atención y lo conecta; en pocas palabras, hay que mirar desde su óptica y ver cómo se ve el mundo desde allí para, después, pensar en cómo se puede relatar de otra manera.

Los maestros lo saben bien, porque muchas veces preparan sus clases recordando cómo eran cuando estaban del otro lado, sentados como estudiantes en un salón, y recuerdan qué les hubiera gustado, qué cosas no soportaban, cuáles profesores los hacían apasionar por sus materias y por qué lo hacían. Quizás las formas de hablar, los ejemplos que ponían, las historias que contaban, las metodologías no convencionales que usaban, la pasión que tenían por sus clases. Y ahora ellos, con eso presente, les preguntan a sus estudiantes por sus percepciones y así buscan llegarles mejor. Ese mismo ejercicio sirve para el medio escolar. Hay que ir a los otros, preguntar qué quisieran encontrar, ponerse en sus zapatos... buscar que se interesen.

Este componente es de cuidado para evitar el ensimismamiento a la hora de generar los contenidos. Sin embargo, tampoco se trata de producir únicamente lo que la audiencia pida con el fin de darle gusto: el público moldea el medio, pero un buen medio también puede incidir en el criterio y en los intereses de su público; más aún, está llamado a esa vocación si el medio lleva el apellido de *escolar*, cuyo propósito principal es el formativo.

Propiciar el retorno

Se ha hablado de plantear la necesidad de tender ese puente entre el medio y sus destinatarios, de abrir las posibilidades de explorar otros lenguajes y narrativas, y también del compromiso de estar del otro lado para huir del monólogo unidireccional, de tal manera que se propicien procesos de diálogo desde aquello que se publica. Hace falta un ingrediente en esta tarea de narrar para ser leídos: propiciar intencionadamente el retorno. Suena muy obvio interesarse por saber qué piensa o espera encontrar ese destinatario en los contenidos que recibe, pero es una tarea pendiente en los medios escolares. Re-

cuerden que la pregunta que orienta este capítulo es ¿cómo hacer para que seamos leídos en nuestras comunidades?

El primer paso es hablar con las comunidades educativas (estudiantes, profesores, directivos, padres de familia, entre otros), de tal manera que se sientan involucrados en la construcción del medio escolar, tanto quienes elaboran los contenidos como quienes los reciben, y encuentren en ellos temas de interés, novedosos, creativos, propositivos. Así como la ciudadanía y la participación política no se reduce a los funcionarios, el medio escolar es más que el equipo que lo elabora, sus destinatarios son la razón de ser, parte importante de este trabajo.

Hablar con las comunidades implica preguntar más allá de sus apreciaciones sobre los contenidos publicados o sobre intereses o expectativas alrededor de qué les gustaría leer o consultar. Se necesita de una labor constante de indagación y conocimiento sobre qué quisieran ver en el medio escolar, que debe hacerse de manera sistemática y ordenada, de tal forma que permita analizar las tendencias, recoger las percepciones y, en fin, hacer un ejercicio de reconocimiento en el que se incluyan aquellas voces que a menudo se olvidan. Al respecto, Martín-Barbero (1999) invita a asumir el papel de productores de sentidos, esto es, tener presente al otro para aportar con aquello que se comunica algo que aporte a sus vidas. ¡Vaya tarea!

Por eso, el compromiso de los productores de sentido (estudiantes y maestros que elaboran contenidos) es buscar espacios donde se socialicen los contenidos publicados, se planteen preguntas que generen ese diálogo o conversación y se conectan los contenidos con la vida de estudiantes, maestros, directivos, padres de familia, entre otros. Esos espacios deben permitir escuchar las percepciones y las opiniones sobre los contenidos, también identificar otros temas u otras maneras de narrar y conectar con el mundo de los estudiantes, las inquietudes de los maestros, las expectativas de los padres. En otros términos, acercarse y conocer el propio contexto de la institución educativa es clave. Por eso, plantear creativamente ese diálogo constante con la comunidad educativa puede ser una ruta para hacer los contenidos a publicar más significativos y pertinentes.

En los entornos rurales y de poca conectividad a Internet, lo más enriquecedor puede ser ese contacto cara a cara, encontrarse a hablar o cruzar mensajes por medio de cartas y luego sistematizar las ideas en un tablero, para que todos las puedan ver. En otras condiciones, con un público joven y amante de las redes sociales, es necesario activar los recursos disponibles –WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok–; además, involucrar algunos estudiantes en esta labor puede comprometerlos más con el medio escolar y con sus destinatarios.

Como se ve, las posibilidades que ofrece la comunicación son variadas: van desde los encuentros personales y eventos de socialización, a los que se invite a la comunidad educativa, hasta grabar voces o videos invitando a leer, escuchar, o ver los contenidos que se publiquen en el medio escolar o respondiendo a las preguntas que surgen a partir de los contenidos. Recuerden, no existen fórmulas, sino el reto por conocer y acercarse más al contexto de la institución educativa. Por eso, tampoco tengan miedo a atreverse a hacer propuestas. Si habilitan estos canales, y al cabo de un tiempo no reciben respuesta, pues los cambian, lo importante es ser creativos para acercarse a la comunidad. La invitación es a estar inquietos e indagar: ¿qué temas los atrapan?, ¿comprenden los contenidos?, ¿se debe cambiar la manera de contarlos?, ¿qué quieren conocer o saber? En definitiva, la pregunta es la base del conocimiento.

Pero además de abrir estos canales, es importante tener en cuenta dos aspectos más: primero, que las iniciativas tengan una periodicidad, que sean un ejercicio constante y frecuente y no una actividad aislada; incluso, se puede motivar a que la participación sea activa y permanente, empoderando a que todos propongan espacios de encuentro. Segundo, tener, paralelamente, una estrategia de recolección, sistematización y análisis de la información que se compile en las conversaciones; de nada sirve recibir ideas para dejarlas a un lado y, menos aún, que no se vean reflejadas en los contenidos que se publicarán.

De ahí la insistencia de estar *conectados* con las comunidades educativas y, de acuerdo con sus contextos, buscar las alternativas de tener un permanente diálogo con ellas. Por ejemplo, una manera de recopilar lo hablado en una conversación presencial es elaborar un

acta o una ficha en la que se condensen lo trabajado y los compromisos. En el caso de las redes digitales, se puede diseñar una matriz simple en que recojamos los mensajes y luego analizar qué aspectos se repiten, cuáles comentarios ofrecen luces sobre elementos por potenciar o corregir. Entonces, abrir canales de diálogo permanente, contextualizados y pertinentes, sistematizar todas estas apreciaciones y tener espacios, como equipo, para revisar estos aportes y decidir cómo incorporarlos al mejoramiento de los contenidos.

Retos y conclusiones

Si la pregunta que orientó este capítulo fue ¿cómo lograr que nos lean / escuchen / vean?, la propuesta se resume en estas cuatro tareas:

- Tender el puente, es decir, recordar que la comunicación es el tejido del nosotros, del yo y tú juntos, y que el medio escolar debe ser, además de una experiencia comunicativa y pedagógica, una apuesta de formación de ciudadanos que permita consolidar la comunidad educativa y su contexto social.
- Hablar otros lenguajes, es decir, ser atrevidos para tender puentes de maneras creativas, contextualizadas, de tal manera que posibiliten otras expresiones narrativas, en las que se incluyan las propuestas, ideas o sugerencias de los destinatarios; buscar superar los formatos tradicionales de los medios de comunicación. Recuerden que este es un medio escolar y necesita adquirir identidad propia.
- Para ello, estar del otro lado, agudizar esa capacidad de empatía que es ver el mundo, sentirlo desde el lugar de ese otro; no solo tender el puente, sino cruzarlo para que, desde allí, se pueda tener una mejor idea de los porqués ciertos contenidos llegan a ser importantes o no para los destinatarios.
- Es importante propiciar el retorno, o sea, generar estrategias periódicas, sistemáticas y oportunas para que la comunidad educativa pueda interactuar con quienes elaboran los contenidos; y estos, a su vez, deben prestar atención a sus apreciaciones (tanto las que valoran el trabajo como las que no) y, así, completar el sentido del medio escolar: un espacio enriquecido con las voces de todos.

Esto apunta a un gran reto: asumir el medio escolar como una estrategia de comunicación /educación en las instituciones educativas para que tenga incidencia en sus entornos. Tomarlo así, como una estrategia, le dará el alcance que se busca: propiciar procesos de diálogo y conversación. El medio escolar debe servir, además, de insumo para las prácticas pedagógicas, formativas, comunicacionales, profesionales y hasta políticas, personales, humanas. Concebir el medio como una estrategia es convertirlo en un proyecto colectivo, liderado por un equipo de trabajo y bajo la perspectiva de los intereses formativos de la comunidad educativa; esto puede fomentar y garantizar su continuidad en el tiempo y su proyección. De esta apuesta se pueden proponer otros espacios alrededor de la publicación como conversatorios con personajes de la comunidad, del barrio o de la vereda; o salidas pedagógicas y talleres para enriquecer la experiencia del medio escolar.

Finalmente, este reto apunta especialmente a los maestros y maestras para que exploren y motiven a sus estudiantes a relatar sus mundos y, con ello, valorar su voz: un ejercicio muy significativo porque otorga sentido y valor personal. Entre las opciones propuestas están ejercicios argumentativos, crónicas y demás formatos ricos en narraciones que pueden utilizar en textos, audios o formatos visuales o hipertextuales. De igual manera, es clave que también se fomente la importancia de la escucha, de esta manera, la comunicación se parece más al diálogo que al monólogo; ahí surgen otras herramientas útiles para narrar las historias de cada uno. Un medio escolar con estas perspectivas puede volverse una experiencia que marca la vida de los estudiantes, como seres de palabra, comprometidos en la construcción de una sociedad diferente, solidaria y alegre.

Referencias

- Ceballos, J. C. (2015). *Medios de comunicación escolar, educación y ciudadanía: una mirada desde las mediaciones* [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de La Plata]. Repositorio institucional Universidad Nacional de La Plata: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/47712>
- Freinet, C. (1974). *El diario escolar*. Editorial Laia.

- Freire, P. (1985). *Pedagogía del oprimido*. (Ed. 55). Siglo XXI editores.
- Martín Barbero, J. (1999). La educación en el ecosistema comunicativo. *Comunicar*, 7(13), 13-21.
- Sodré, M. (2002). *La forma de vida de los medios*. Cátedra de Epistemología de la Comunicación. Escuela de Comunicación Social - UNR.