

# MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y EDUCACIÓN: VIEJAS Y NUEVAS PERSPECTIVAS

JUAN AGUSTÍN MORÓN MARCHENA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Recientemente tenía la oportunidad de hablar del concepto, y de su evolución reciente, de la Educación en Medios de Comunicación. Partimos de que no existe una denominación homogénea para esta disciplina, sobre todo en el ámbito hispano. Podemos encontrar designaciones tales como Educación para, en o con los Medios de Comunicación, Pedagogía de los Medios, Educación para la Comunicación, Educomunicación, etc. Por ello se ha optado en ocasiones por denominaciones abiertas<sup>1</sup>. Sin embargo, en muchos ámbitos, el término "Educación con los Medios de Comunicación" (o "... en Medios...") está abriéndose paso y convirtiéndose en una denominación oficial.

Podemos definir la "Educación en Materia de Comunicación" como el estudio, la enseñanza y el aprendizaje de los medios modernos de comunicación y de expresión a los que se considera como parte integrante de una esfera de conocimientos específica y autónoma en la teoría y en la práctica pedagógica, a diferencia de su utilización como medios auxiliares para la enseñanza y el aprendizaje en otras esferas del conocimiento<sup>2</sup>.

El término "Educación para los Medios" es utilizada como equivalente de *Education aux médias* (en francés) y *Media-education* (Inglés). Cuando la Unesco en 1984 habla de educación para los medios, la expresión aparece traducida en español como "Educación en materia de comunicación". S. Sarmiento, investigador del CLEMI, considera que esta traducción no es la adecuada, porque la especificidad de este campo está determinada por una acción que se desarrolla con y a través de los medios de comunicación de masas, lo que no aparece claramente en la forma en la que la UNESCO tradujo esta expresión<sup>3</sup>.

Volviendo a la definición, la concepción de la educación con los medios, tal como evolucionó a principios de los setenta, es una educación que pretende hacer comprender qué son los medios, cómo funcionan, se elaboran sus mensajes y se difunden. Una educación que permite a los receptores reflexionar sobre la imagen del mundo y sobre la realidad que les es transmitida y de la que, al mismo tiempo, participan<sup>4</sup>. No obstante, hoy en día, muchas prácticas están aún a medio camino entre la utilización de tecnologías mediáticas al servicio de la enseñanza y una educación relativa a lo que son en sí mismos los medios de comunicación. Todavía es usual una educación con los medios de comunicación en los que éstos se usan de modo estrictamente ilustrativa o documental (el clásico artículo de un periódico, de los que se utiliza los datos en su

<sup>1</sup> MARGALEF, J.M. (1994): Guía para el uso de los medios de comunicación. Madrid: MEC.

<sup>2</sup> Con motivo del Consejo Internacional de Cine y Televisión, se recogió la citada definición en el año 1973: UNESCO (1984): *La educación en materia de comunicación*, París.

<sup>3</sup> SARMIENTO, S. (1994): Incidencia de la investigación sobre la comunicación de masas en las acciones de Educación para los Medios, en AGUADED, J.I. y FERIA, A.: *¿Cómo enseñar y aprender la actualidad?*. Huelva: Grupo de Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación» pp. 123-132.

<sup>4</sup> Gonzalo Vázquez señala que la formación para el dominio crítico de los medios de comunicación se presenta como uno de los espacios con posibilidades educativas dentro del panorama de la educación no formal, considerando que ésta abarca todo el conjunto de acciones humanas dadas en la sociedad civil y que son susceptibles de traducirse en educativas. En: VÁZQUEZ, G. (1998): "La educación no formal: Concepto", en J. SARRAMONA; G. VÁZQUEZ y J.A. COLOM: *Educación no formal*. Barcelona: Ariel, pp. 11-23.

clase o cuando se muestra una película pedagógica en cualquier asignatura). Y las posibilidades de los Medios de Comunicación Social en el campo de la Educación supera con mucho el uso como un mero utensilio didáctico.

Tal como expusimos en su día<sup>5</sup>, y siguiendo a Núñez Encabo (Catedrático de la Facultad de Ciencias de la Información de Madrid y miembro asociado del Consejo de Europa), la propia denominación de "medios de comunicación social" o de "mass-media" pone de manifiesto la importancia de lo cuantitativo en los medios, que tienden a llevar sus mensajes al mayor número de receptores. De hecho, el objetivo principal de algunos medios de comunicación es llegar a la máxima audiencia, para así obtener grandes ingresos por publicidad. Hay medios que tratan las informaciones y opiniones como mercancías o como elementos de poder político o social, en un intento de configurar a dichos medios en poderes públicos, en *mediacracia*, sustituyendo a los órganos de representación política.

Para evitar la deformación de sus funciones, los medios deben considerarse como un instrumento de servicio público. Si el dinero o el mercado son los que determinan los contenidos de los medios, los receptores estarán "a merced" de aquéllos. En este sentido, la educación se presenta como un elemento importante a la hora de conocer cómo son los medios, de posibilitar el análisis crítico y hacer un consumo inteligente de los mismos.

No es objetivo de este artículo el uso de los medios en el marco escolar, para lo cual existen numerosas obras más apropiadas, sino realizar una serie de reflexiones y exponer algunas consideraciones que muestren la importancia de los medios de comunicación social -recordemos que están considerados como agentes educativos- en el campo de la educación, entendida ésta en su sentido más amplio, con las consiguientes repercusiones en el campo social.

Pero, ¿cuáles son los efectos sociales de los medios de comunicación social? Seguidamente reproducimos la opinión de Bernabéu sobre los efectos sociales del desarrollo de las nuevas tecnologías de la información<sup>6</sup> y la comunicación<sup>6</sup>, partiendo de que la sociedad occidental ha evolucionado desde los años setenta hasta la actualidad hacia un nuevo estadio que los teóricos llaman *Sociedad de Información*, en la cual un alto porcentaje de la fuerza laboral está implicado en la producción, procesado y distribución de bienes o servicios informativos.

Los nuevos medios tecnológicos son muchos y variados, y abren infinitas posibilidades en todos los campos de la actividad humana. Nuestros jóvenes mantienen contacto, y reciben influencias, desde edades muy tempranas con algunos de ellos: radio, televisión, comics; vídeo en cinta; los vídeo-clips; el vídeo-Libro; vídeo-disco por láser, el videotexto...; microordenadores y base de datos; satélites de comunicaciones; televisión por cable; teleinformática, a través de redes tradicionales (télex, teléfono...); telemática, a través de la fusión del teléfono, el ordenador y la televisión, etc.

## A) EL CRECIMIENTO DEL CONSUMO

En los últimos años hemos asistido a un fuerte crecimiento del consumo de aparatos tecnológicos en los hogares. De entre ellos, dos destacan poderosamente para los educadores, por su incidencia entre los más jóvenes: la televisión y el ordenador. Por todos son conocidos las numerosas estadísticas que señalan el elevado consumo de televisión por parte de los niños y jóvenes<sup>7</sup>.

En cuanto al ordenador, de sobra es conocido su uso como herramienta de trabajo, pero, sobre todo como vehículo de entretenimiento a través de videojuegos de todo tipo.

<sup>5</sup> MORÓN MARCHENA, J.A. (1996): "Niños y padres europeos ante el consumo de televisión". *Comunicar*, 7, pp. 73-76.

<sup>6</sup> BERNABÉU MORÓN, N. (1994): "Los medios de comunicación en educación: Plataformas institucionales en España", en AGUADED, J.I. y FERIA, A.: *¿Cómo enseñar y aprender la actualidad?*. Huelva: Grupo de Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación», pp. 32-41.

<sup>7</sup> Ver, por ejemplo: MORÓN MARCHENA, J.A. y CONDE HUELVA, A.M. (1997): "La «crisis» educativa en Europa a través de los medios de comunicación", en FERIA MORENO, A. y MORÓN MARCHENA, J.A. (Dir.): *Educación y Publicidad*. Huelva: Grupo Comunicar, pp. 66-72.

## B) TELENiÑOS, ICONÓFILOS Y VIDEOMANIÁCOS: EL DESFASE GENERACIONAL

Gran parte del desconcierto de los educadores tiene su origen en este desfase generacional que, efectivamente, se ha producido. Nuestro proceso de aprendizaje ha estado ligado a la palabra impresa. El lenguaje del libro es argumental, lineal y poco explícito: presenta lagunas que el lector debe llenar en el acto creativo de la lectura. Los términos "teleniños", "iconófilos" o "videomaníacos" -y otros muchos, añadiría- se han acuñado para expresar la fascinación por las imágenes que muestran las nuevas generaciones que han crecido con la televisión. El mensaje televisivo es directo, escueto, altamente elaborado y su recepción no exige esfuerzo<sup>8</sup>.

El "libro" proporciona mensajes de tipo cognitivo y desarrolla el espíritu crítico, el rigor científico y la capacidad de abstracción. La televisión, en cambio, transmite mensajes de tipo afectivo y facilita las actitudes perceptivas múltiples, la imaginación y la afectividad. De la misma forma, a los educadores se les pide que desarrollen la lógica, la capacidad de análisis y la memoria en una generación que, a través de los medios de comunicación audiovisuales, tiene potenciadas la intuición, la imaginación y la emotividad.

## C) PREDOMINIO DE LA IMAGEN

La imagen en pantalla y en movimiento cautiva a niños y jóvenes que han aprendido a decodificarla con más rapidez que sus mayores. La televisión proporciona dosis elevadas de imágenes en las cuales, de modo más o menos explícito, se pretende vender algo. Como señala José Saborit, la publicidad, debido a los altos costes de emisión, ha reducido el tiempo de los anuncios de 60 a 30, 25 ó 20 segundos en la actualidad. Esto obliga a condensar y densificar el mensaje, afecta al plano, que acorta su duración (la media actual es de 1'8 plano/Seg.) y crea hábitos perceptivos: una cierta adicción a cada vez más imágenes.

Puede apreciarse esta misma tendencia a la concentración y aceleración en otras manifestaciones culturales de consumo como los discos de mezclas «mix», los video-clips, la cinematografía (películas con planos cada vez más breves) y la propia programación de televisión (miniprogramas)<sup>9</sup>.

Por otra parte, niños y jóvenes e incluso los adultos televidentes tienden a identificar la imagen en pantalla con la vida real, por lo que hay que insistir en que la imagen es siempre una manipulación de la realidad.

## D) DISTANCIAMIENTO DE LA SOCIEDAD: LOS TELEADICTOS

Sociólogos y psicólogos de la comunicación que han estudiado los efectos de los medios de comunicación de masas, sobre todo de la televisión, entre los menores, coinciden en señalar la tendencia al aislamiento social de aquellos niños y jóvenes expuestos demasadas horas al influjo televisivo. El uso incorrecto no sólo de la televisión, sino también de los ordenadores puede ocasionar en jóvenes y niños de ambos sexos diversos peligros psicofísicos. Los médicos han detectado casos de niños "teleadictos", sobre todo en las edades que van desde los 12 a los 16 años, lo que coincide con el momento de iniciación al consumo de drogas. Estos niños huyen de la compañía de sus familiares para ver la televisión, desarrollan ciertos ritos y preparativos, como cerrar la puerta, apagar las luces, cambiarse de ropa... Durante la contemplación muestran una conducta aislada, a veces prehipnótica: respiración lenta, hiperestesia a ciertos estímulos procedentes de la pantalla, sudoración, pérdida de orientación temporal... Prefieren las imágenes rápidas y breves, son siempre telespectadores pasivos y no suelen recordar las imágenes que han visto. Son niños que se caracterizan por la frialdad afectiva y la asocialización.

Algo similar ocurre con los ordenadores cuando se utilizan de forma solitaria y reiterada con programas de

<sup>8</sup> FUENTE, A. (1991): "Televisión y lectura, esa extraña pareja". *Astrix*, 4, pp. 46-48.

<sup>9</sup> SABORIT, J. (1992): *La imagen publicitaria en televisión*. Madrid: Catedra.

juegos automatizados: pueden facilitar la aparición de procesos autistas y esquizoides: automatismos, rigidez emocional, tendencia al aislamiento, aparición de múltiples rituales (al acostarse, al vestirse, etc.), disminución del lenguaje, así como fracaso escolar<sup>10</sup>. Investigaciones recientes señalan la aparición de cuadros epilépticos en aquellos niños que abusan de los juegos electrónicos.

Podemos añadir la opinión de Timoteo sobre las principales consecuencias que producen los medios en la labor educativa<sup>11</sup>:

- Crecimiento del consumo de aparatos tecnológicos en el hogar, organizado en torno al ordenador y la pantalla.
- Desfase generacional producido por la diferente capacitación de uso y adaptación entre jóvenes y niños, por un lado, y adultos, por otro.
- Definitivo predominio de la imagen en pantalla, por delante de la imagen en cualquier otro soporte de información y comunicación.
- Claro distanciamiento del individuo frente a la sociedad.

En virtud de lo dicho, el impacto de los nuevos medios sobre la sociedad en su conjunto y los jóvenes en particular, suponen para Bernabeu -desde el mundo educativo- diversos aspectos de interés:

Un primer elemento lo constituye la *aparición de un nuevo tipo de alumno*: más creativo, acostumbrado y necesitado de grandes dosis de motivación para aprender; que capta con dificultad los largos razonamientos lógicos, que tiende a la acción y poco a la reflexión, a quien aburre la explicación teórica tradicional. Un alumno socializado en un mundo de imágenes, que domina los nuevos medios tecnológicos a su alcance; influenciado desde muy temprana edad por el consumo e "impregnado, de ciertos "contravalores" transmitidos por los medios.

Por otro lado, el *desarrollo de un nuevo tipo de sociedad*, en la cual, los rápidos cambios vuelven obsoletos los conocimientos; y en la que los descubrimientos científicos plantean serios dilemas éticos; que debe atender a nuevas preocupaciones, como la conservación del medio ambiente, la relación más igualitaria entre los sexos, los problemas de salud, las desigualdades sociales... Una sociedad en la que los flujos de información circulan continuamente y en la que se hace imprescindible un criterio propio que ayude a interpretar el mundo circundante.

En base a lo anterior, surge la *necesidad de un nuevo modelo de escuela*: todos estos cambios están siendo asumidos por el sistema educativo que ha tomado conciencia del virtual peligro que entraña el mal uso de estos medios. La nueva concepción de la educación exige una escuela anticipatoria, capaz de prever los nuevos cambios y adaptarse a ellos<sup>12</sup>.

El papel que los medios de comunicación social -como elementos representativos de la sociedad de la información y comunicación- tienen en el ámbito de la educación ha sido uno de los aspectos analizados en uno de los trabajos que serán referencia de lo que será la educación del nuevo milenio; el conocido "*Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la Educación para el siglo XXI*"<sup>13</sup>.

En las líneas siguientes describiremos brevemente lo más significativo que se recoge en esta obra sobre los medios de comunicación en el ámbito de la educación, ya que nos permitirán situar el tema en cuestión<sup>14</sup>.

La Conferencia General de la UNESCO solicitó en 1991 a una comisión internacional que reflexionara sobre la

<sup>10</sup> GONZÁLEZ MAS, R. (1990): "Peligros psicológicos de la televisión". *Tribuna Médica*, 1265, pp. 3-4.

<sup>11</sup> TIMOTEO ALVAREZ, J. (1987): *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX*. Barcelona: Ariel.

<sup>12</sup> Existen muchas obras centradas en el uso y las posibilidades de los *medios* en el marco escolar -o en el medio de la educación formal- que pueden consultarse para ampliar la información sobre este aspecto.

<sup>13</sup> DELORS, J. (1996): *La educación encierra un tesoro. Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI*. Madrid: Santillana-Ediciones UNESCO.

<sup>14</sup> Esta aportación forma parte de: MORÓN MARCHENA, J.A. (1999): "Educación, Medios de Comunicación y Sociedades de Información". *Gaustiones Pedagógicas*, 14.



educación y el aprendizaje para el siglo XXI, presidida por Jacques Delors, contó con la participación de expertos y personalidades de todo el mundo.

Dada la amplitud y complejidad del tema, la Comisión manifiesta que tuvo que ser selectiva y escoger lo que era esencial para el futuro, por lo que para llevar a cabo el estudio se determinaron seis orientaciones para la investigación: educación y cultura; educación y ciudadanía; educación y cohesión social; educación, trabajo y empleo; educación y desarrollo; y educación, investigación y ciencia. Estas orientaciones se completaron con tres temas transversales más directamente relacionados con el funcionamiento de los sistemas de educación: los docentes y la enseñanza; la financiación y gestión; y las tecnologías de la comunicación. Precisamente sobre este último aspecto versa el presente escrito, y más concretamente, en el papel que los medios de comunicación social pueden jugar en el campo educativo.

Después de un arduo trabajo, con múltiples reuniones y encuentros, analizando numerosos estudios monográficos, nació el *Informe Delors* -en referencia al que fuera Presidente de la Comisión Europea, que como ya hemos dicho, presidió la Comisión- el cual destaca las posibilidades y ventajas que tienen las nuevas tecnologías de la información y comunicación en el plano pedagógico, que permiten poder satisfacer con toda la calidad necesaria una demanda cada vez más amplia y diversificada.

A modo de introducción, y como marco de referencia a lo que se expondrá seguidamente, recogemos algunos párrafos del Informe que nos situarán ante el tema en cuestión.

Es un dato comprobado que las nuevas tecnologías han hecho entrar a la humanidad en la era de la comunicación universal; eliminando la distancia, contribuyen poderosamente a forjar las sociedades del mañana que, a causa de ellas, no responderán a ningún modelo del pasado... Una libre circulación mundial de la imagen y de la palabra, que prefigura el mundo del mañana hasta en sus aspectos perturbadores, que ha transformado tanto las relaciones internacionales como la comprensión del mundo que tienen las personas, constituyéndose en uno de los grandes aceleradores de la mundialización.

Tal como se recoge en el Informe, la Comisión se hace eco de la "utopía" de una sociedad basada en la adquisición, la actualización y el uso de los conocimientos que representan, en definitiva, funciones del proceso educativo. Así, mientras la sociedad se desarrolla y multiplica las posibilidades de acceso a los datos y a los hechos, la educación debe permitir que todos puedan aprovechar esta información, recabarla, seleccionarla, manejarla y utilizarla. Esto supone compatibilizar que la educación tiene que adaptarse a los cambios de la sociedad, pero sin dejar de transmitir el saber adquirido, los principios y los frutos de la experiencia.

En palabras de la Comisión Internacional, la aparición espectacular de las "sociedades de la información" ha reforzado la exigencia democrática que debe formar parte de todo proyecto educativo, catalogándolas como uno de los hechos prometedores de finales del presente milenio. Día a día se comprueba una penetración creciente de las nuevas tecnologías en todas las esferas de la sociedad. Una revolución tecnológica que es un elemento esencial de nuestra modernidad, creadora de nuevas formas de socialización, potenciando y favoreciendo la comunicación con los demás.

El Informe considera que la aparición de sociedades de la información corresponde a un doble reto, para la democracia y para la educación. Los sistemas educativos deben asumir así la responsabilidad de proporcionar a todos los sujetos los medios para dominar la proliferación de estas informaciones (análisis crítico, seleccionarias, jerarquizarlas), pero además debe fomentar una sociedad de los medios de comunicación y de la información que supere lo efímero y lo real, que se aleje de una falsa "cultura mundial" uniforme y pobre de contenido.

En resumen, como compendio de lo anterior, la Comisión recomienda que todas las posibilidades que

entrañan las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, se pongan al servicio de la educación y la formación<sup>15</sup>. De ahí que se incluyan ente las Pistas y Recomendaciones propuestas:

- Incumbe a la educación la tarea de inculcar, tanto a niños como a los adultos, las bases culturales que les permitan descifrar en la medida de lo posible el sentido de las mutaciones que están produciéndose. Para ello se requiere efectuar una selección en la masa de informaciones para poder interpretarlas mejor y situar los acontecimientos en una historia global.
- Los sistemas educativos deben responder a los múltiples retos que les lanza la sociedad de la información, en función siempre de un enriquecimiento continuo de los conocimientos y del ejercicio de una ciudadanía adaptada a las exigencias de nuestra época.

La siguiente cita, aunque extensa, es ciertamente clarificadora sobre la opinión recogida por el Informe Delors:

"La Comisión desea tomar partido claramente en el debate sobre la introducción de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación en los sistemas educativos; se trata de un objetivo esencial, y es de suma importancia que la escuela y la universidad se sitúen en el centro de un cambio profundo que afecta a la sociedad en su conjunto. No cabe la menor duda que la capacidad de acceso de los individuos a la información y de tratarla va a resultar determinante para su integración no sólo en el mundo del trabajo sino también para su entorno social y cultural. De ahí que sea indispensable, particularmente a fin de evitar que las desigualdades sociales aumenten aún más, que los sistemas educativos puedan formar a todos los alumnos para que sepan manejar y dominar esas técnicas. Tal manera de proceder debe orientarse según dos objetivos: lograr una mejor difusión del saber y fortalecer la igualdad de oportunidades"<sup>16</sup>.

Quisiera, por otra parte, destacar un aspecto importante, en cuanto a la relación de los Medios de Comunicación con la Educación Social. El citado Informe Delors señala que las tecnologías de la información y de la comunicación podrán construir un auténtico medio de apertura general a los campos de la educación no formal, convirtiéndose en uno de los vectores principales en una sociedad educativa en la que las distintas fases del aprendizaje se piensen de modo radicalmente nuevo.

Para Quintana Cabanas, los medios de comunicación constituyen uno de los aspectos más incidentes del medio social en la educación. Son canales eficaces por los que actúa la educación informal lo constituyen los medios de comunicación de masas o mass-media, en sus múltiples variantes, pues con el incremento en nuestra sociedad tanto del tiempo libre de las personas como de los recursos económicos de que disponen, cada vez es mayor el consumo de esos medios de comunicación, sobre todo los de índole audiovisual<sup>17</sup>.

Vaiga como ejemplo, la preocupación que muestra la Comisión por el excesivo tiempo que los niños pasan delante de la televisión, en mayor cantidad de lo que está con sus padres o en las aulas escolares<sup>18</sup>. Podríamos decir que nos encontramos ante una "Generación TV"<sup>19</sup>, en una sociedad en la que el *Homo Videns* ha sustituido al *Homo Sapiens*<sup>20</sup>, donde cada vez son más frecuente los "teleadictos"... Algunos señalan que el primer agente de influencia ambiental en el niño y en el adulto es la Televisión<sup>21</sup>.

<sup>15</sup> El Informe se refiere en muchas partes del texto al tema que aquí estamos abordando, pero recomendamos especialmente la lectura de los apartados: "Utilización de los medios que ofrece la sociedad de la información", pp. 198-206; "La comunicación universal", pp. 43-44; o "En pro de un observatorio UNESCO de las nuevas tecnologías de la información", pp. 214-216.

<sup>16</sup> DELORS, J. (1996): *La educación encierra un tesoro. Informe a la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI*. Madrid: Santillana-Ediciones UNESCO, p. 202.

<sup>17</sup> QUINTANA CABANAS, J.M. (1989): *Sociología de la Educación*. Madrid: Dykinson, p. 98.

<sup>18</sup> En anteriores ocasiones ya he recogido datos estadísticos en este sentido. Ver, por ejemplo: MORÓN MARCHENA, J.A. (1996): "Niños y padres europeos ante el consumo de televisión". *Comunicar*, 7, pp. 73-76.

MORÓN MARCHENA, J.A. (1997): "Televisión y Educación del Consumidor: una necesidad social", en VARIOS: *La otra mirada a la tele. Pistas para un consumo inteligente de la televisión*, pp. 119-128. Sevilla: Consejería de Trabajo e Industria de la Junta de Andalucía.

<sup>19</sup> MARCH CERDÁ, J.C. (1994) (Coord.): *La Generación TV*. Granada: Escuela Andaluza de Salud Pública.

<sup>20</sup> SARTORI, G. (1998): *Homo Videns: La sociedad teledividida*. Madrid: Taurus.

<sup>21</sup> GÓMEZ JALDÓN, C. y DOMÍNGUEZ GÓMEZ, J.A. (1996): *Sociología de la Educación*. Madrid: Ediciones Pirámide-Eudema, p. 113.

Jaume Trilla indica, textualmente, que la funcionalidad educativa de la tecnología comunicacional no se agota en el terreno de la educación no formal; es relevante su instrumentalización en la estricta educación formal y su incidencia en la informal está fuera de duda. Por otro lado, la educación no formal tampoco queda restringida al uso extraescolar de las modernas tecnologías comunicacionales: existen ámbitos o procesos de educación no formal ajenos a la utilización de tales tecnologías. Sin embargo, uno de los factores que más decisivamente ha contribuido a la potenciación del sector educativo no formal, ha sido, sin duda, la irrupción en la vida social de los modernos medios de comunicación<sup>22</sup>.

Paciano Fermoso considera que la acción socializadora de los "medios" tiene una vertiente educativa, cuya realización es propia de los educadores sociales, al concebir básicamente la pedagogía social como ciencia de la educación social fuera de la familia y de la escuela, o como la ciencia de la acción educativa en los servicios sociales. Los "medios" no son ni familia ni escuela, y, por consiguiente, su aspecto socioeducativo es objeto de la pedagogía social<sup>23</sup>.

En palabras de Fermoso, la "pedagogía de la comunicación", en su módulo o bloque dedicado a la acción sociopedagógica de los "medios", es una rama o parte de la pedagogía social. Otros módulos o bloques lo serían de la tecnología educativa e incluso, otros lo son de la teoría de la educación.

Coincidiendo con las palabras del Dr. De la Rosa Acosta, «la educación social -y consiguientemente la pedagogía social- no pueden desentenderse de la gran importancia de los medios de comunicación y del ingente poder actual de la información»<sup>24</sup>.

Cabe destacar que aquí estamos haciendo referencia a los medios de comunicación en su sentido más amplio, desde la televisión a otras formas que merecerían un estudio particular, como por ejemplo la publicidad. Ya dijimos en una anterior ocasión que el uso y abuso de la publicidad es, de suyo, un tema pedagógico de gran importancia; por ello no escapa a la educación social. Hay que educar tanto para un consumo racional, ordenado y solidario cuanto para la correcta interpretación de la publicidad y la prevención de sus excesos que, en no pocos casos, alienan a ciertos sectores poblacionales, generalmente disminuidos en una formación sólida, y les esclaviza a través de los efectos que produce una demanda inducida, que va más allá de lo pertinente y necesario. Sea como fuere, la publicidad es un fenómeno de nuestro tiempo con el que hay que contar y de cuyos nocivos efectos se precisa proteger al ciudadano mediante una concienciación e interiorización de pautas adecuadas<sup>25</sup>.

Para Sarmiento, son muchas las aportaciones que al educador, entendido en su sentido más amplio (y no limitándonos únicamente al docente en un ámbito formal), puede darle el conocimiento de los estudios sobre la comunicación de masas en el plano pedagógico<sup>26</sup>:

- Reconocer la complejidad del funcionamiento de los medios como sistemas conduce a evitar las generalizaciones simplificadoras que caracterizan muchas veces las numerosas discusiones sobre los medios.
- Reconocer la complejidad significa, en el plano metodológico, abordar un análisis del funcionamiento de los medios que integre aspectos provenientes: de la sociología, en cuanto al rol de los medios en nuestras sociedades; de la semiología, en cuanto al trabajo sobre la retórica de los medios; de la psicología, en cuanto a la construcción de las representaciones y a la relación que los individuos establecen con los medios; y también a los aspectos técnicos vinculados a la utilización de las nuevas tecnologías en la industria «mass-mediática».

<sup>22</sup> TRILLA BERNET, J. (1996): *La Educación fuera de la Escuela: Ámbitos no formales y educación social*. Barcelona: Arsel, p. 141.  
 El autor recoge en esta obra un apartado referido a los medios de comunicación en el capítulo "Los Medios de Educación No Formal", en el que se realiza una revisión panorámica de la funcionalidad y utilización de los mismos en la educación no formal.

<sup>23</sup> FERMOSO, P. (1994): *Pedagogía Social: Fundamentación científica*. Barcelona: Herder, pp. 223-224.

<sup>24</sup> ROSA ACOSTA, B. de la (1981): Importancia de la Pedagogía Social en un sistema democrático, en *Educación y Sociedad: I Jornadas de Pedagogía Social y Sociología de la Educación*. Sevilla: Nau Llibres-ICE Universidad de Sevilla, pp. 23-66.

<sup>25</sup> ROSA ACOSTA, B. de la y MORÓN MARCHENA, J.A. (1997): "La publicidad, entre el consumo y la educación", en FERIA, A. y MORÓN, J.A. (Dirs.): *Publicidad y Educación*. Huelva: Grupo Comunicar, pp. 58-65.

<sup>26</sup> SARMIENTO, S. (1994): "Incidencia de la investigación sobre la comunicación de masas en las acciones de educación para los medios", en AGUADED, J.I. y FERIA, A.: *¿Cómo enseñar y aprender la actualidad?*. Huelva: Grupo de Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación», pp. 123-132.

- Admitir que el trabajo con los medios de comunicación sitúa al docente en un proceso de autoaprendizaje<sup>27</sup>. En palabras de Daniel Prieto: «Antes era fácil abordar este tema, debido a lo que nos faltaba por aprender de la complejidad de la relación con los medios. Podía uno descalificarlos en bloque, aprender algunas técnicas de lectura, combatir su influencia en niños y jóvenes, culparlos de la falta de capacidad de concentración en el estudio...»<sup>28</sup>.
- Reflexionar sobre la propia representación de los medios del docente. Sarmiento se pregunta ¿Qué me pasa a mí, como docente, frente a los medios? Si podemos dejar de culpabilizarnos en nuestra relación con los medios, tal vez se pueda reconocer, la necesidad de lo lúdico, de que uno no acude a la pantalla sólo porque lo empuja una arrolladora ideología dominante.
- Explorar las representaciones de los alumnos en lo que se refiere a los medios y de qué manera ellos viven y establecen su relación con los medios. Esto puede constituirse en un interesante punto de partida en una acción de educación para los medios.
- Reconocer que existen distintas lecturas posibles de los mensajes de los medios, de tal forma que los receptores son en realidad perceptores. Esto significa que, en la dinámica de la clase, tanto los alumnos como los docentes pueden posicionarse frente a los medios de manera diferente. La lectura de un sujeto-perceptor no invalida la lectura que pueda realizar otro. Existe la posibilidad de otras lecturas, de interpretaciones distintas a las buscadas por los emisores.
- Tener en cuenta que una visión positiva de los medios no es incompatible con una actitud crítica. El riesgo de admitir que existen diferentes lecturas puede conducirnos a una idealización de los perceptores. En este sentido, siguiendo con, D. Prieto habla del riesgo del populismo: «entiendo populismo en el sentido de hacerle creer al otro que sabe más de lo que sabe, que puede más de lo que puede, que en él está la clave del futuro siempre que sea el que ya es. (...) El reconocimiento, absolutamente válido, de las distintas instancias de mediación, puede llevarnos a la retirada, al abandono de cualquier intento de cambiar algo en el universo de los medios. La gente sabe, para qué meterse a criticar, a concientizar, a discutir siquiera la programación...»<sup>29</sup>. Como consecuencia, la educación para los medios no tendría ningún sentido.
- Poder seleccionar las metodologías de manera más pertinente, teniendo en cuenta que las mismas se elaboran en función de una determinada visión de los medios que el docente puede compartir. El docente también puede construir sus propias metodologías en función de su concepción de la educación y de su concepción de los medios. Es clara la opinión de Masterman cuando dice que «frente a la creciente dominación de las filosofías utilitarias y rentables, el futuro de la educación para los medios es una inmensa causa. Sin exagerar demasiado, se podría pensar que el futuro mismo de las democracias depende de esto»<sup>30</sup>.
- Anteriormente, señalamos que la televisión es el medio de comunicación con mayor incidencia en la vida cotidiana y, por ende, en los procesos educativos. Por su interés, recogemos seguidamente una serie de reflexiones y propuestas de acción para una análisis crítico, que constituyen en definitiva un abanico de pautas para una aproximación educativa a la televisión, ampliable a los demás medios de comunicación<sup>31</sup>:

**1) La incorporación de la televisión en el aprendizaje:** incorporar imágenes televisivas en el proceso de enseñanza-aprendizaje es una fórmula de tender un puente entre la escuela y la sociedad. La

<sup>27</sup> MASTERMAN, L. (1988): *Le développement de l'éducation aux médias dans l'Europe des années 80. En particulier dans le domaine de la télévision et des médias électroniques*. Strasbourg: Conseil de l'Europe, p. 13.

<sup>28</sup> PRIETO CASTILLO, D. (1993): «La televisión en el fin del milenio». Ponencia impartida en *La televisión en la escuela*. Mendoza (Argentina), 3-24/Agosto.

<sup>29</sup> Ibid.

<sup>30</sup> MASTERMAN, L. (1988): *Le développement de l'éducation aux médias dans l'Europe des années 80. En particulier dans le domaine de la télévision et des médias électroniques*. Strasbourg: Conseil de l'Europe, p. 25.

<sup>31</sup> FERRÉS PRATS, J. (1994): «Niños y jóvenes ante la televisión», en Aguaded Gómez, J.I. y Feriá Moreno, A.: *¿Cómo enseñar y aprender la actualidad?*. Huelva: Grupo de Pedagogía Andalus «Prensa y Educación», pp. 66-72.



enseñanza resulta más motivadora y, al introducir en el aula pautas de reflexión en torno a las imágenes, el alumno adquiere recursos para el análisis crítico, que podrá aplicar fuera del aula, cuando contemple imágenes similares.

**2) La incorporación del aprendizaje de la televisión:** en una sociedad en la que ver la televisión se ha convertido en la actividad de ocio a la que más tiempo dedican los ciudadanos, el alumno no puede salir de la escuela sin una formación en este ámbito. Hay que encontrar los espacios adecuados. En forma de educación pluridisciplinar, de créditos variables...

**3) Las metodologías de análisis:** es fundamental disponer de metodologías para el aprendizaje del análisis de los diversos tipos de programas. En otro contexto, he ofrecido metodologías que pueden ser válidas para el caso. Son metodologías amplias, y diversificadas según la edad, para el análisis de informativos, de spots publicitarios, series y filmes<sup>32</sup>.

**4) La implicación de los padres:** la televisión se contempla fundamentalmente en el ámbito familiar, de manera que es fundamental la colaboración de los padres para hacer más humana, reflexiva y crítica esta actividad. Y los padres sólo podrán hacerlo si cuentan con una mínima formación en este campo, una formación que seguramente la escuela podrá proporcionar.

**5) El valor del diálogo:** tanto en la escuela como en el hogar, la televisión debería verse, no en un contexto unidireccional, sino bidireccional. Sólo si se introduce el distanciamiento que produce el diálogo y la confrontación, lo inconsciente se hará consciente.

**6) La destrucción del mito de la objetividad:** el niño tiene una curiosidad innata para saber cómo están hechas las cosas por dentro. Conviene aprovechar esta tendencia para enseñar cómo se graba un programa, cómo se hace un filme...; en definitiva, para destruir el mito de la objetividad, haciendo ver que la televisión no es una ventana abierta a la realidad, sino un discurso, con todo lo que ello comporta.

**7) El análisis de la estructura narrativa:** tanto en las series y filmes, como en los spots publicitarios, e incluso en las noticias -a menudo son pequeñas narraciones-, conviene analizar las consecuencias que se derivan de las estructuras narrativas, de los personajes y situaciones que se premian y castigan, de sus motivaciones, de los medios que utilizan para lograr sus objetivos...

**8) Los valores de la publicidad:** uno de los ejercicios más saludables cuando se analizan los spots publicitarios consiste en detectar los valores que se asocian a los productos, ver si son funcionales o emotivos, racionales o irracionales. Y en el caso de valores como la felicidad, la juventud o el éxito social o sexual asociados al producto, hay que evaluar la coherencia de esta asociación y analizar qué visión da el spot de estos valores.

**9) La interpretación del éxito de los programas:** los mecanismos de implicación emotiva ofrecen una clave para la interpretación de los éxitos de los programas. Pueden analizarse los éxitos desde el punto de vista de ver qué necesidades humanas de tipo sensorial, fabulativo o psicológico satisfacen. Y, a partir de ahí, qué ideas y valores potencian.