

NECESIDAD DE EDUCAR CON/PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

CARMELO REAL APOLO

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Ante el avance incesante de los medios de comunicación social en nuestra sociedad, se muestra necesario que nos paremos a reflexionar un poco sobre este tema.

Los medios de comunicación social se han arraigado con fuerza en nuestra sociedad, se han convertido en algo cotidiano puesto que están insertos en nuestros hogares, oficinas, centros comerciales, escuelas, etc. A veces esta cotidianidad no nos permite ver sus ventajas, o por el contrario, sus inconvenientes.

Sin lugar a dudas, en nuestra sociedad los medios de comunicación se han convertido en el vehículo perfecto para todo tipo de propagandas, transformándose a veces en un arma de doble filo. Tenemos que resaltar el carácter manipulativo que sufren los medios de comunicación, pasando por varios "filtros" antes de ser recibida por nosotros, usuario y pobres indefensos ante tal avalancha de información que se desborda en nuestros medios y que observamos en muchos casos sin poder hacer nada por nuestra parte, pasando a ser seres pasivos.

Puesto que los medios de comunicación social se convierten en un recurso importante para la "educación" de las masas se convierten así mismo en un elemento codiciado y envidiado que todos los quieren poseer y hacer uso de ellos, otro asunto será que el uso sea correcto.

Los medios de comunicación social se han convertido en potentes medios de comunicación de masas, por la gran cantidad de personas que hace "uso" de ellos urge una educación en y sobre ellos. Es necesario que se vincule al currículum un contenido que los tenga en cuenta y forme a un alumno con una autonomía eficaz para el uso de los medios de comunicación social.

Algunos profesores expresan que la comunicación es primordialmente participación, intercambio en el que se gana porque acrecienta el bagaje personal sin que perdamos nada de él a cambio; la comunicación es naturalmente relacionante, participante; une a los sujetos entre sí no por la sola transmisión de significados a

los signos, sino especialmente porque hace ingresar en el universo de los demás, o más exactamente, introduce en el universo simbolizado. (San Martín Alonso, 1995:83)

Partiendo de este supuesto los medios de comunicación social, nos ofrecen una comunicación fragmentaria, pues nos tratan como meros recipientes por el hecho de que esta comunicación tiene un carácter casi unidireccional; cuando nos sentamos a ver T.V. o a leer un periódico nos permite refutar sus opiniones, pero no de una manera inmediata y en el acto. Esta falta de interacción directa hace que muchas personas no expresen sus opiniones, pues la búsqueda de otros caminos para hacernos oír hace que muchos de nosotros, por no decir todos, caigamos en la pereza de la NO participación y actuación. Podemos afirmar aquí que los modelos clásicos de comunicación social están desbordados por los nuevos.

Todos los días los seres humanos, de forma directa o indirecta, interactúan, influyen o se ven influenciados por el conjunto de elementos que configuran su entorno social. Entran aquí los sistemas de información y comunicación social (Ballesta et al. 1998).

Es tal la influencia que tienen en nuestra sociedad los medios de comunicación, que resulta necesario una educación que los tenga en cuenta puesto que "ante los efectos sociales y culturales de los medios de comunicación de formación que el alumnado recibe en el sistema escolar de nuestro país es casi inexistente y en muchos casos inadecuada". (Ballesta et al. 1998).

Esta necesidad de educar con/para los medios de comunicación social se deriva del acoso que sufrimos diariamente por parte de ellos, sin olvidar que gozan de un puesto privilegiado en nuestros hogares, esto facilita su influencia sobre nosotros, pues nos rodean, tanto en el ámbito doméstico como en el laboral. Hay autores que han calificado a la T.V. como el "nuevo miembro de la familia". La televisión es, sin duda alguna una de las influencias más notables en los niños y niñas actuales, influencia que no siempre es positivas. El medio de comunicación que más resalta y cobra un especial relieve es la T.V., por lo cual es de lógica que en todos los textos referentes a los medios de comunicación social se haga múltiples referencias a este aparato que ha sabido hacerse un gran hueco entre nosotros.

Es tal el poder de la T.V. en nuestros tiempos que nuestros hijos renuncian a jugar en el parque con sus amigos y compartir sus juguetes preferidos por pasar unos "minutos" ante el televisor contemplando programas con fuerte contenido violento. Hay estudios que han comprobado la dura realidad pues los niños pasan una media de 25 horas ante el televisor los fines de semana (viernes, sábados y domingos). Por ejemplo en el caso de Gran Bretaña, se ha calculado que el británico adulto dedica 75 horas semanales de media a la televisión, radio, periódico y revistas... (Masterman 1993:17). Contando que todo ello se puede utilizar indirectamente, es decir, que puede estar haciendo cualquier tarea y puede estar contemplando el televisor o escuchando la radio, lo que supone un "mal" uso o si se quiere un derroche de estos medios.

Además los medios de comunicación social contienen mensajes ideológicos concretos, no poseen objetividad. Los mensajes ideológicos tienen un poder inexpugnable, pues en ciertas ocasiones manipulan a la sociedad. El gran poder de difusión y su capacidad alneante hacen de los medios de comunicación social como el magnífico recurso para inculcar ideologías. Un ejemplo de lo comentado sería LA GUERRA DE LAS MALVINAS expuesto en el texto de Ballesta et al (1998:122) y en Masterman (1993) y que trata de ilustrar lo que vamos a desarrollar en esta páginas. Debido a la brevedad del tiempo en que se desarrolló esta guerra donde la situación bélica no permitía que se creara una hostilidad ideológica larga, por ejemplo como en la guerra fría. Por el contrario, en cuestión de unas semanas, era necesario convencer a muchas personas "decentes y juiciosas" de que valía la pena dar sus vidas por el futuro de unas pequeñas islas cuya existencia habían ignorado felizmente hasta hacía sólo unas semanas. El sentimiento de apoyo, implicación de la población en la acción tomada estuvo condicionada por la manera de presentación de los medios de comunicación. En primer momento existía un gran rechazo, pero fue necesaria una batería de técnicas de manipulación de la información, sin excluir la mentira, la omisión y la información errónea para convencer al público de la rectitud de la causa del gobierno. Esta experiencia, como muchas otras

que aparecen en los medios, nos llaman la atención y nos justifican la necesidad de un aprendizaje en y para los medios de comunicación social.

Entre otras cosas pretendo justificar una educación en los medios de comunicación social por el elevado índice de consumo de medios y como hemos expuesto anteriormente por la saturación de éstos en nuestra sociedad, como se desprende del ejemplo anterior es necesario una educación por la importancia ideológica de los medios y su influencia como empresas de concienciación, esto conlleva al aumento de la manipulación, fabricación de la información y su propagación por los medios, amén de la creciente penetración de los medios de comunicación en los procesos tanto democráticos, como no democráticos. También hay que mencionar que por la creciente importancia de la comunicación e información en todas las áreas se justifica esta educación para que los alumnos hagan frente a las exigencias del futuro.

Si afirmamos que los medios de comunicación social tienen connotaciones ideológicas podemos asegurar también que tienen implicaciones sociales y políticas. A lo largo de la historia se ha hecho patente esto último pues en ocasiones la política ha usado a los medios de comunicación social como recurso para publicidad de sus programas y para atraer votantes y por supuesto para dar a conocer sus ideologías. Buen ejemplo de todo esto sería la política hitleriana que dispuso de todos los medios de comunicación para llevar a cabo sus estrategias y pudo persuadir a toda la sociedad de su tiempo para llevar a cabo una lucha por sus ideales.

La proliferación de medios de comunicación está haciendo muy fácil su acceso a ella (T.V., prensa, radio, cine, libros, videojuegos, museos, etc.). Pero a la misma vez la información que nos ofrecen los medios de comunicación, nos ponen en verdaderas dificultades para interpretarla y darle sentido, se produce un nuevo analfabetismo. "Por ello, es cada vez más numeroso el coro de voces que entienden que la principal finalidad de la escuela no consiste en acrecentar el cúmulo de informaciones descontextualizadas y fragmentarias, sino en favorecer en el alumnado el desarrollo de esquemas de comprensión, selección y análisis de la información y la capacidad para aprender (dar sentido a la información) de forma independiente". (Ballesta et al. 1998).

Por esto mismo debemos de luchar para que la escuela incluya en sus programas contenidos que reflejen y asienten los medios de comunicación social puesto que "a causa de la importancia que en nuestra sociedad han llegado a tener las instituciones que tienen por objeto la comunicación deberíamos incluir la enseñanza de ciertos hechos básicos acerca de las mismas en todo nuestro sistema educativo, y un poco de su historia y de su organización social más común, así como algo que sirviera de introducción al modo como en realidad operan. (R. Williams 1974 en San Martín Alonso 1995).

No cabe la menor duda que los artefactos tecnológicos y su cultura deben tener un lugar en el desarrollo curricular, así como un tratamiento específico por parte del método didáctico, tal y como afirma Sancho (1994).

Podemos considerar a la Escuela como la institución que lleve a cabo una "instrucción" efectiva sobre la utilización de los medios de comunicación, pero a veces la escuela se muestra reacia al proponer contenidos alusivos a los medios de comunicación por la dificultad que puede llevar al tratarlos y amoldarlos en los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Hay que tener en cuenta que la escuela es una organización resistente y que muchas veces tiene una excesiva intervención de la administración educativa en la propuesta curricular, esto puede ser un factor elemental por el que los profesores no encuentren espacios ni estén preparados para realizar programas que inserten los medios de comunicación social. Por lo tanto es fácil concebir a los centros educativos como un contexto "estanco y establecido que sirve como mero soporte de las prácticas curriculares" (San Martín Alonso 1995) y frecuentemente alejado de las prácticas cotidianas y desfasado sobre la actual sociedad.

La tardía especificación del eje transversal EDUCACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN en las propuestas curriculares puede ser debido a diversos factores, pienso que uno de ellos puede ser el desconocimiento por

parte del profesorado de este campo y sobre todo el problema que se les plantea para llevar un aprendizaje eficaz y consistente y, como no, mantener la motivación del alumnado con lo referente a los medios de comunicación social. Es importante que el tema o problema sea relevante y tenga significación experiencial para el alumnado. (Ballesta et al 1998).

Se necesita ayuda por parte de la comunidad escolar y sobre todo de las Administraciones educativas para que se lleven a cabo programas de formación del profesorado para el desarrollo de la educación para los medios, elaboración y difusión de materias curriculares que faciliten el trabajo de aula y dotación y gestión de equipos en los centros escolares.

La educación para los medios de comunicación (EMC) en la escuela puede ser abordado de diferentes maneras tal y como propone Ballesta et al. (1998):

- a) como un área o asignatura independiente.
- b) otra opción en que los contenidos y objetivos de los medios de comunicación aparezcan dispersos y diluidos en los diseños curriculares de las áreas ya existentes.
- c) como tema transversal a todo el currículum.

Pero ante todo esto, cabe preguntarse el por qué de la intromisión o necesidad de introducir los medios de comunicación social en las escuelas, pues bien hay que verlo desde dos perspectivas importantes y que a continuación planteo:

- 1) Para modernizar tan arcaica institución que se resiste a los cambios imperantes que tienen lugar en la sociedad.
- 2) Para proteger a los individuos del impacto negativo de estos, creando una conciencia crítica.

Masterman (1993) concibe a los medios de comunicación social como un método educativo alternativo de aprendizaje en las aulas, puesto que la motivación e incluso el aprendizaje que no se pueden conseguir con los métodos clásicos pueden intentarse con otros.

La proliferación de la utilización de aplicaciones de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación; desde los ordenadores personales a los sistemas multimedia y las redes temáticas, han levantado en los últimos veinte años enormes expectativas en el ámbito de la educación escolar. Se ha magnificado una y otra vez la capacidad de estos aparatos para manejar información; para facilitar la comprensión de conceptos abstractos y la resolución de problemas; para aumentar la motivación del alumnado por el aprendizaje; para facilitar la tarea del profesorado, etc... (Sancho, 1994:33)

Debemos estar de acuerdo en que una propuesta o proyecto curricular integral de formación del alumnado en relación a los medios de comunicación debe implicar que: (Ballesta et al 1998).

- Se enseñen los procedimientos y habilidades de ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS MENSAJES E INFORMACIONES vehiculadas por los medios.
- Se enseñen los procedimientos y habilidades para EXPRESAR y COMUNICAR las ideas, valores a través de las formas simbólicas y tecnológicas de los distintos medios de comunicación.
- Se enseñen los LENGUAJES expresivos que son utilizados en los medios.
- Se enseñen el uso y manipulación de las TECNOLOGÍAS específicas de los distintos medios.
- Se enseñen a analizar y ser conscientes de los EFECTOS SOCIALES, POLÍTICOS Y CULTURALES de los medios sobre el conjunto de nuestra sociedad, sobre determinados grupos sociales.

En Ballesta (1998) encontramos que la propuesta para un diseño curricular que tenga en cuenta la educación de los medios de comunicación tiene que ser elaborada con la intención de que capacite al alumnado, partiendo de sus experiencias previas como consumidores de productos culturales audiovisuales.

- a ser capaces de seleccionar los mensajes recibidos de los medios.
- ser críticos con los mismos.
- conocer los mecanismos de producción técnica de los productos mediáticos.
- identificar los intereses y valores que subyacen a todo programa audiovisual o mediático.
- recibir una formación, no sólo académica, sino también cultural que les permita aprender significativamente desde los medios de comunicación social, especialmente televisivos, y no estén indefensos intelectual y culturalmente ante los mismos.
- Saber comunicar sus ideas, sentimientos y emociones a través de los lenguajes y recursos expresivos de los medios, tanto audiovisuales como sonoros y escritos.

De acuerdo con Sancho (1994) la integración de esta materia en el currículum requiere que el método sea sensible a las experiencias extraescolares de los alumnos, aprovechar sus habilidades y destrezas en el manejo de los artefactos para que lo aplique en determinadas actividades educativas.

Hasta nuestros días la introducción de los medios de comunicación en las aulas ha estado reducido a la T.V., video y la prensa. Con respecto a la T.V. siempre se han mantenido posturas contrarias, mientras unos la contemplan como un elemento culturizante otros se muestran reacios pues la consideran como un medio que "atonta" a las audiencias y sobre todo aleja a los individuos de otras fuentes de ocio e información como la lectura o la propia conversación (Ballesta et al 1998) pero nunca se debe negar el poder de este aparato que poco a poco se ha introducido en nuestros hogares y en nuestras escuelas.

Otra técnica utilizada en la escuela ha sido la prensa, al igual que la T.V. tiene sus pros y sus contras. Entre las ventajas de la prensa, se encuentran la actualidad, diversidad, pluralismo, a la vez que presenta un sin número de problemas cotidianos. Entre sus contras podemos destacar, letra pequeñas, muy juntas, pocas fotos (lo que resulta poco atractivo), etc... Pero sin embargo el acercamiento entre aula y prensa nos permite ver la realidad que sucede fuera de la escuela. (Ballesta 1998).

Similitudes y contradicciones nos encontramos también en el campo de la radio educativa.

Pero tanto unos como otros tienen tres objetivos fundamentales como son la información, cultura y entretenimiento.

La entrada de los medios de comunicación social en la escuela tienen una serie de funciones, puesto que tanto la T.V., radio, prensa (periódico, diario, revista...), etc... tienen entre sus características su capacidad informativa, de apertura al medio, complementaria, pero también encuentra una serie de dificultades ya que estos medios no tiene un carácter propiamente pedagógico, falta de sistematización (existe dificultad para asimilar ciertas informaciones), tipo de contenido que transmite (no siempre es el más adecuado). (Ballesta et al 1998).

La introducción de los medios de comunicación en la escuela intenta generar en los alumnos "destrezas de lectura y análisis de estos medios en el mismo sentido que lo hacen con los libros" (San Martín Alonso, 1995), por este motivo es necesario reiterar una vez más la necesidad de desarrollar y generalizar la comprensión crítica de los medios.

En la sociedad actual hace falta educar en la pluralidad, en la pluralidad de métodos y medios pues el conocimiento se consolida a través de infinitos factores tales como el lenguaje, los libros de texto y sus imágenes, los mensajes implícitos de los medios de comunicación social, etc. (Fainholc, 1993), por esto y por muchos factores es importante que las escuelas y sobre todo sus programas curriculares contemplen contenidos sobre los medios de comunicación social, pues estos perfectamente, pueden ser insertados en sus áreas de conocimiento.

Otro apunte que se desprende de todo ello, y no menos importante, el que el proceso de educación,

culturización o socialización de los individuos y los grupos, la escuela no es la única institución interviniente y, a menudo, ni tan sólo la más influyente. En otras palabras, la institución escolar está perdiendo parte de la hegemonía que en épocas pasadas poseía sobre la formación cultural de la infancia y la juventud (Ballesta et al 1998:49) en favor de los medios de comunicación social, por ejemplo.

Quiero terminar proponiendo una reflexión. La "intrusión" de los Medios de comunicación social en la escuela ¿puede generar pasividad en los individuos?, si es así, ¿puede descender los niveles culturales como, por ejemplo, la lectura?

B I B L I O G R A F Í A

- BALLESTA, J.(Dir), SANCHO, J. y ÁREA, M. (1998): *Los medios de comunicación en el currículum*. Murcia: KR
- FAINHOLC, B. (1993): *La mujer y los medios de comunicación social*. Buenos Aires: Humanitas.
- MASTERMAN, L. (1993): *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- SAN MARTÍN ALONSO, A. (1995): *La escuela de las tecnologías*. Valencia: Universidad de Valencia.
- SANCHO, J. M^º (Coor.) (1994): *Para una tecnología educativa*. Barcelona: Horsori.
- SANCHO GIL, J. M^º. (1996): "Hacia una tecnología crítica". En *Cuadernos de Pedagogía*, nº 230. Pp. 8-12.
- SANCHO GIL, J. M^º (1998): "Educación en la era de la información". En *Cuadernos de Pedagogía*, Diciembre Nº 253. Pp. 42-48.