

REFLEXIÓN

Alfabetización en medios, democracia y participación social

Pedro Molina

Utilizar la alfabetización mediática para alentar los valores democráticos y la participación social implica recurrir a la lectura crítica y dialógica de los productos de los medios y estimular la producción de otros nuevos, colectivamente elaborados.

▣ **PALABRAS CLAVE:** alfabetización mediática, democracia, participación social, lectura crítica, fuentes de la memoria, medios audiovisuales, nuevos medios.



La alfabetización en medios es una cuestión central del mundo educativo. Preocupa, con razón, la sobreabundancia de mensajes mediáticamente difundidos y las dificultades de decodificación que en la actualidad presentan, por haberse hibridado los lenguajes y multiplicado los canales de distribución.

Pero una lectura compleja y crítica (Pérez Tornero, 2011) de los productos de los medios de comunicación solo es posible cuando se procede del mismo modo con la realidad de las vecindades y los colectivos de pertenencia del propio país y con los problemas globales. No se puede ser crítico con los medios y, en cambio, vivir indiferentemente acomodado con las condiciones sociales del entorno, como si aquello de que nos hablan los medios no tuviera su correspondencia en la realidad, como si no difundieran, explícita e implícitamente, explicaciones sobre lo social

o como si los comportamientos reprobables de los medios no se correspondieran con actitudes presentes en otras esferas de la vida pública. Rechazar las discriminaciones por cuestión de sexo, procedencia o creencia y preocuparse por el resto de problemas globales tan solo cuando son presentados de forma mediada no es posible, a menos que se dé, paradójicamente, por lo fácil que resulta la crítica distante frente a las obligaciones que demandan los compromisos de la vida social.

La formación en ciencias sociales es esencial para dotar a los estudiantes de elementos de comprensión y valoración del entorno, así como para que la educación en medios lleve a una mirada sobre lo humano en sociedad, formativa, cuestionadora, en reelaboración permanentemente y que fomente la implicación en los debates y asuntos públicos. Los medios de comunicación ofrecen información sobre múltiples aspectos de la vida social, desde diversos enfoques y puntos de vista, utilizando tanto géneros informativos como de ficción, recurriendo a protagonistas de los acontecimientos representativos de los diferentes grupos e intereses sociales. Por tanto, también **es posible ir desde los medios hasta lo social, considerando que son registros de la memoria y que muestran las diversas formas de vida actuales, así como los problemas y las expectativas de cada generación y en cada momento.** Po-

Para que la lectura de los medios informativos conlleve un trabajo de educación en valores democráticos, se precisa de un método

demostramos, de esta forma, utilizarlos como instrumentos para impulsar valores y participación social, a la vez que formamos sobre los medios como agentes esenciales de las sociedades democráticas, que informan de la actualidad y promueven debates sobre asuntos de interés colectivo.

Los productos de los medios muestran el mundo en la misma forma que otros tipos de documentos: son visiones fragmentarias, incompletas, parciales, interesadas... Pero son también formatos contemporáneos que despiertan el interés, las emociones, la creatividad..., que se recuerdan, se rememoran y comparten. Son instrumentos poderosos que deben ser utilizados para explicar las transformaciones sociales colectivas y los cambios simultáneos en las vidas privadas de las personas, para identificar valores compartidos y la importancia de la participación en la construcción de la vida social común.

Los apartados siguientes abordan las cuestiones esenciales que se deben considerar para que la alfabetización en medios sea también una práctica de trabajo en valores democráticos.

De la lectura a la apropiación

Para que la lectura de los medios informativos conlleve un trabajo de educación en valores democráticos, se precisa de un método.

1 El primer paso ha de ahondar en el conocimiento de los lenguajes del medio, puesto que nos referimos tanto a textos escritos, los tradicionales géneros periodísticos, como a textos audiovisuales o icónicos (nuevas cartografías, infografías, etc.) y a los nuevos formatos digitales.

2 A continuación, la lectura individual se ha de contrastar, completar y debatir con las interpretaciones del resto de participantes, los estudiantes, de forma que se comprendan las significaciones diversas que se pueden dar y que todas ellas enriquecen la interpretación personal.

3 En tercer lugar, es necesario fijar las conclusiones y divergencias enriquecedoras a que finalmente el grupo ha llegado, reelaborando el material inicial, deconstruyéndolo, es decir, reutilizándolo para generar un nuevo texto que modifique o amplíe el producto inicial, contemplando los resultados obtenidos a través del diálogo entre iguales.

4 Por último, cabe aplicar lo aprendido a la producción de un nuevo material que incorpore un trabajo de realización de medios de forma participativa y democrática, tal y como ampliamos en el último apartado.

Estos cuatro pasos conjugan aprendizaje con apropiación de valores a través de un procedimiento que prima el diálogo y la vivencia, asunto esencial este, ya que los valores solo pueden ser incorporados a través de la experiencia que lleva al convencimiento de su importancia, otorgándoles así un sentido (Ambrós y Breu, 2007).



La ficción y la publicidad como fuentes de la memoria y de conocimiento del presente

Los productos de los medios de comunicación, a diferencia de los tradicionales manuales de ciencias sociales, generalmente centrados en unos pocos grandes personajes, permiten contemplar a una gran diversidad de protagonistas de la vida social.

Especialmente, los audiovisuales de ficción permiten observar cómo las transformaciones colectivas afectan a la vida privada y cotidiana de las personas, ya que muestran los comportamientos individuales en el contexto de la vida social (Moreno Sardà, 1998). Así es posible utilizar el cine y la publicidad como material educativo para contemplar el pasado reciente y el presente de las sociedades, articulando lo personal con lo colectivo, ya que la ficción, para resultar verosímil, debe mostrar a todo tipo de protagonistas, los espacios-escenarios donde actúan y las instituciones de la vida social.

Estudiando cómo aparecen representados estos tres aspectos en los audiovisuales se hace un seguimiento de los valores sociales dominantes y de cómo en las narraciones se representan las transgresiones y adaptaciones a estos, mostrando escenarios sociales de integración o marginación (Molina, Simelio e Ibarz, 2011). Apreciar estos mecanismos permite reflexionar y dialogar sobre la consideración que merecen y las posibles alternativas.

Atención a los medios de comunicación de proximidad tanto como a los medios globales

Si bien los medios de comunicación globales o de alcance nacional tienen una gran importancia y deben ser, por tanto, utilizados, los medios de comunicación local o comarcal permiten la observación de la realidad cultural y social próxima. **Su uso en el aula no debe ser descuidado, para apreciar que algunas de las instituciones que toman decisiones sobre la vida colectiva son accesibles y que las personas que ocupan cargos públicos de responsabilidad son ciudadanos cercanos y democráticamente elegidos.**

Los medios locales también informan de las agrupaciones y organizaciones sociales que trabajan por el desarrollo social y la cultura, evidenciando su importancia para sociedades locales.

Atendiendo a esta cuestión se contribuye a extender la percepción del significado de las acciones emprendidas de forma altruista, en un entorno vecinal que precisa de la colaboración y la implicación individual para dirigir su desarrollo de forma sostenible y persiguiendo el bien común.

Producción de medios multiautoría

Un proceso alfabetizador no culmina hasta que el estudiante es capaz de dominar los lenguajes para producir sus propios mensajes. La alfabetización es la fase inicial de un proceso

de formación permanente en que se aprende un sistema de signos no solo para leerlos, sino también para utilizarlos, es decir, para crear mensajes que trasladen a otros las propias experiencias, ideas y propuestas. Por tanto, la alfabetización mediática ha de contemplar la producción de medios de todo tipo (escritos, audiovisuales, cibermedios...) fomentando en el proceso productor hábitos democráticos y responsables.

Produciendo medios multiautoría en un clima de respeto y confianza entre todos los participantes, se da la posibilidad de aportar ideas generadoras, de debatir sobre los contenidos y formatos, de asumir responsabilidades con el grupo de trabajo y también hacia los destinatarios del medio. Si todo el proceso se plantea desde un inicio como una práctica de formación en democracia y se desarrolla como tal, se debe decidir cada paso democráticamente: formato, título del medio, estructura, contenidos...

También se debe alentar el diálogo constructivo entre los participantes y establecer mecanismos de participación de los usuarios, los destinatarios finales del medio. Así se visibilizará tanto la importancia de la implicación, del contraste de ideas como herramienta de construcción en una sociedad donde coexisten diversos intereses, como la necesidad de tener presencia y de participar para que las soluciones a los problemas respondan a las necesidades de todos.

Además, la elaboración de los productos implica la utilización de fuen-

tes de información diversas. Esto permite aproximarse a nuevas realidades y personas, contrastando reflexiones valiosas con las propias. Se debe recurrir también a la memoria familiar, que será apreciada así como parte del conocimiento social.

Entre los medios para desarrollar este trabajo destacan los nuevos medios digitales, las plataformas colaborativas en línea y las redes sociales. La familiarización con ellos de forma comprometida con el entorno social y

Es útil recurrir al conocimiento de los principios éticos del periodismo, ya que apelan a cuestiones como la igualdad, la diversidad, los derechos de adultos y menores, el sistema de consumo y publicitario

de forma personal, sin ocultaciones tras seudónimos que amparan todo tipo de comportamientos antidemocráticos, ha de llevar a un hábito democrático y de participación, si en todas las partes del proceso se recurre a procedimientos bien definidos, perfectamente conocidos por el grupo y consensuados. Los medios digitales también permiten dialogar con los usuarios a través de diferentes sistemas, lo que propicia nuevos encuentros. Es posible aprovechar, incluso, las aportaciones inadecuadas como los comentarios improcedentes, ya que si el colectivo de productores, los estudiantes, trabajan en la forma apropiada y esperan resultados positivos de sus acciones, las distorsiones no harán más que reforzar el rechazo hacia las formas no democráticas.

Por otra parte, no se debe olvidar que comunicar es comprometerse, decantarse públicamente por opciones, hacer saber lo que uno piensa y siente. Por tanto, exige responsabilidad, ser consciente de lo que se difunde y para qué se hace. Comunicar a través de los medios implica personalmente, trasciende el contraste de opiniones propio de las relaciones interpersonales. Por ello debe incorporarse el propósito de trabajar otros valores sociales, comprometiéndose en la defensa de las minorías y los gru-

pos sociales marginados, promoviendo la comunicación desde la crítica y los proyectos sociales comunitarios, siempre en relación con los colectivos presentes en el aula, que han de decidir cuáles son los temas que les interesan y con los que se sienten implicados.

Como parte del proceso de producción, es útil recurrir al conocimiento de los principios éticos del periodismo, ya que apelan a cuestiones como la igualdad, la diversidad, los derechos de adultos y menores, el sistema de consumo y publicitario, el derecho a la información, etc. Muestran, por tanto, los problemas y límites del derecho a la información, tales como el respeto a los demás como principio invulnerable.

Conclusiones

Comprender los medios es, sobre todo, comprender los mensajes que difunden. Estos deben ser interpretados críticamente por los usuarios, que han de saber diferenciar y escoger las formas de comunicación democráticas y las producciones socialmente relevantes.

Para formar así a las audiencias del futuro, los educadores deben utilizar tanto medios de proximidad como globales, ya que, permanentemente, los seres humanos dependemos y actuamos en ambas esferas. Se ha de procurar la comprensión de los medios tanto como se debe enfrentar a los estudiantes a los retos de la creación, para avanzar hacia el conocimiento de la complejidad de los problemas de la comunicación y para promover la difusión de sus ideas y propuestas. Exponerlas públicamente, contrastarlas con otras personas o grupos afines alimenta el sentido de responsabilidad y el compromiso con los valores, afianzando, además, la importancia de la participación.

Los medios de comunicación, como registros de la memoria y escaparates de las transformaciones sociales, visibilizan la diversidad humana y social. Su utilización en la enseñanza los convierte en instrumentos eficaces para comprender e interiorizar el valor de la democracia, para que los propios estudiantes descubran carencias y aspectos en que los procedimientos de diálogo y decisión vigentes deben ser modificados, evidenciando así la importancia de la participación en todas las esferas de la vida pública. ■

Medios audiovisuales



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS



AMBRÓS, A.; BREU, R. (2007): *Cine y educación: El cine en el aula de primaria y secundaria*. Barcelona. Graó.

MORENO SARDÀ, A. (1998): *La mirada informativa*. Barcelona. Bosch.

MOLINA, P.; SIMELIO, N.; IBARZ, J. (2011): «Análisis de contenido del discurso audiovisual aplicado a la ficción televisiva y cinematográfica como fuente de estudio para el conocimiento del pasado reciente», en *Primer Congreso Nacional de Metodología de la Investigación en*

Comunicación. Investigar la comunicación en España: proyectos, metodologías y difusión de resultados (Madrid, 13-14 de abril de 2011). Madrid. Asociación Española de Investigación de la Comunicación / Universidad Rey Juan Carlos, pp. 205-218. Disponible en: <[www.simposio-aedic-2011.com/Images/stories/site/pdf/Comunicaciones %20Eje%20Tematico%203.pdf](http://www.simposio-aedic-2011.com/Images/stories/site/pdf/Comunicaciones%20Eje%20Tematico%203.pdf)>. [Consulta: octubre 2011]

PÉREZ TORNERO, J.M. (2011): «El aprendizaje de la lectura comprensiva y crítica». *Aula de Innovación Educativa*, núm. 200, pp. 55-59.

HEMOS HABLADO DE:

- Medios audiovisuales.
- Transversalidad.
- Tratamiento de la información y competencia digital.
- Didáctica de la educación para la ciudadanía.

AUTOR

Pedro Molina Rodríguez-Navas

Universidad Autónoma de Barcelona
pedro.molina@uab.cat

Este artículo fue solicitado por AULA DE INNOVACIÓN EDUCATIVA en junio de 2011 y aceptado en septiembre de 2011 para su publicación.