

Universidad De Valladolid.



Facultad de Educación
Trabajo de Fin de Grado

¿Resulta necesaria una
“pedagogía de los medios”?

Grado en Educación Social
Alumno: Cecilio López Sánchez
Tutor: Jose Luis Hernández Huerta

Resumen.

Este trabajo aborda la cuestión de, si resulta necesario que exista una “pedagogía de los medios”, identificando las necesidades de los jóvenes ante un sentimiento crítico. Después de analizar algunas teorías, otras propuestas ya existentes y realizar finalmente una investigación se dará respuesta a si dicha necesidad existe o no. Detectar si existe dicha necesidad, dará pie a que en el futuro no muy lejano se pueda educar para los medios de comunicación, conectándolas con la realidad de los jóvenes y la sociedad en la que viven.

Abstract.

This work addresses the question whether it results necessary the existence of a "media pedagogy", identifying the young people's needs related to the critical sense. After analyzing some theories, other existing proposals and, finally, carrying out an investigation, it will be found the answer to whether the need exists or not. Detecting whether the necessity exists, will involve a media education in a not far future, connecting with the young people's actual situation and the society in which they live.

Palabras Clave.

Nuevas tecnologías, educación, carácter crítico, medios de comunicación.

Keywords.

New Technologies, education, criticality, media.

Índice.

1, Introducción.....	Pag.4
2, Objetivos.....	Pag.5
3, Justificación del tema.....	Pag.5
3,1 Relevancia del tema.....	Pag.5
3,2 Relación con las competencias del grado.....	Pag.6
4, Marco Teórico.....	Pag.7
4.1. La influencia de los medios.....	Pag.7
4.2. El Tratamiento y las mass-medias.....	Pag.9
4.3. La educación y los medios.....	Pag.11
4.4. Una experiencia de ver los medios con otros ojos.....	Pag.12
5. Investigación: ¿Resulta necesario que exista una pedagogía de los medios?..	Pag.15
5.1. Investigación.....	Pag.15
5.2. Metodología.....	Pag.15
5.2. Resultados de la investigación.....	Pag.17
6. Conclusiones.....	Pag.26
7. Referencias Bibliográficas.....	Pag.29

1. Introducción.

Los medios de comunicación de masas tienen un papel importante en la socialización de niños, jóvenes y adultos. El puesto que antaño daba pautas de actuación social como podían ser la iglesia, la familia, el grupo de iguales, partidos políticos, etc., (agentes sociabilizadores) dejan de tener peso y dan paso a una sociabilización global que proviene de los medios de comunicación y apoyados por intereses económicos de multinacionales con ideas concretas sobre la socialización indirecta que, nos dirige al consumo y a establecer un imaginario social (sexismo, política, aspiraciones de futuro...) Margarita Riviere (2003:43) dice: *“Los medios, en mi opinión ya no informan o, si lo hacen, ese objetivo resulta secundario. Los medios, aunque no quieran reconocerlo porque seguramente no tienen tiempo de reflexionar, educan. Ésa es su misión: la educación permanente de las personas, mediante la creación de preferencias, de valores, de hábitos culturales, de mitos y antimitos, de costumbres”*.

Hoy en día existe un problema correspondiente a las mass media, y es la falta de intención que existe para enfrentar de manera juiciosa los medios de comunicación a través de una educación con perspectiva crítica, ya que los medios en la actualidad se han convertido en los nuevos agentes sociabilizadores. Pero esto no queda aquí, además está el problema de educar sobre los medios desde la propia familia, dentro de ella se da el gran obstáculo de la “Brecha intergeneracional” donde los adultos se encuentran en la cultura mecánica (analfabetos digitales y migrantes digitales) y los jóvenes en la cultura digital (nativos digitales), haciendo imposible una educación de padres a hijos, ya que los adultos no entienden, no utilizan, ni cuestionan el “lenguaje icónico”. El fotógrafo Moholy-Nagy decía: *“Los analfabetos del futuro serán las personas que no sepan leer fotografías”*.

Por todo esto, hay que ser consciente de que los jóvenes son los principales receptores de las mass-media, por eso hay que dotarlos de criterios suficientes para que puedan seleccionar desde una postura crítica las informaciones correctas y poder así saber interpretar la realidad. Estas herramientas deben partir de las familias y en especial, de los centros educativos. Dentro de los centros educativos, existe como propuesta la introducción de los medios de comunicación al Curricular de todas las asignaturas, ya que los medios son fuente de información, y por lo tanto de conocimiento para todas las áreas.

En este trabajo se propone una “pedagogía de los medios” que, explore la influencia que tiene los medios y que observe cómo los jóvenes aprenden de ellos, que dé sentido a cómo éstas informaciones influyen en el desarrollo de los procesos cognitivos y del conocimiento, que dote de herramientas para descifrar los mensajes de manera crítica y que dé a los jóvenes la capacidad de manejar las mass-media de un modo seguro y eficaz.

Actualmente, la educación es un tema que preocupa desde los estratos más inferiores a los más elevados; es decir, desde los padres de los alumnos, pasando por el cuerpo de docentes, hasta llegar a las más altas esferas de la Administración Estatal. El por qué está muy claro, y es que dependiendo del tratamiento que le se dé a la enseñanza se construirá una sociedad en mayor o menor medida integrada por personas bien formadas e instruidas.

2. Objetivos.

Los objetivos principales para dar forma a este proyecto son:

✓ Objetivo general:

- Demostrar la importancia de educar sobre los Medios de Comunicación de Masas.

✓ Objetivos Específicos:

- Determinar la influencia de las maas-media en los jóvenes.
- Identificar los problemas correspondientes al tratamiento de las maas-medias.

3. Justificación.

En este punto se explicará el porqué de la elección de este tema. A la misma vez se incluirán las competencias del grado que se han adquirido y que están vinculadas con el trabajo realizado.

a. Relevancia del tema.

La elección de intentar analizar cómo de necesaria es una “Pedagogía para los medios” se debe a que existe, entre la población y en concreto en la población joven, un pobre sentido crítico de la información es decir, es una población incapaz de dar forma a las informaciones siendo esta, ignorante a la hora de analizarlas y así, finalmente no les queda otra más que asimilar las ideas ya predeterminadas por los medios, haciendo de estas ideas propias. Los medios de comunicación son generadoras de opinión y constructoras de la personalidad.

Hoy en día las herramientas más utilizadas para el feedback entre las personas y las mass-medias, son las nuevas tecnologías. En cada casa, en cada bolsillo, en cada bolso hay una interfaz con acceso a internet, estos son Smartphones, Tablets, Pc's, Video Consolas y un largo sin fin de herramientas donde su uso para algunos es más complicado (edad adulta) que para otros (juventud). Estas herramientas están cargadas de información sin ningún tipo de filtro, donde se entremezcla la veracidad con la mentira y donde la ficción comunicativa cobra un sentido real para ciertas personas.

De estas cosas son conscientes las grandes corporaciones, “La Mano Invisible” como lo denominó Adam Smith, por ello se hacen dueños de los generadores de opinión, ya sea subvencionando a través de publicidad o comprando directamente el medio, ¿para qué? Pues para generar en la población ciertas necesidades de consumo, de hábitos sociales y la priorización de la identidad occidental como global.

Para este problema existe una solución y no reside ni en la censura ni en el veto de los medios de comunicación, ni siquiera en la eliminación de la comunicación privada, ni mucho menos priorizando los medios de comunicación de los entes públicos (Tv Pública). La solución radica en generar espacios dentro de la educación y enseñar a utilizar las herramientas a los ciudadanos, con el fin de que aprendan por sí mismos a desarrollar un sentido crítico y útil dentro del bombardeo informativo constante que nos rodea en la sociedad actual. La libertad de prensa y la democracia van unidas de la mano, pero es fundamental que la población crezca con una pedagogía de los medios en todos los ámbitos de la vida social.

Esta propuesta de “Pedagogía de los medios” no solo debe ser una herramienta para la educación formal, sino para cualquier modalidad educativa, es tan importante la implicación docente como la del ámbito más cercano de los jóvenes, creando espacios tanto fuera como dentro de los centros educativos para dotar tanto a familias como a alumnos y profesorado las herramientas necesarias para detectar los mensajes icónicos, estereotipos, idearios sociales etc.

b. Relación con las competencias del grado.

En este trabajo nos hemos marcado unos objetivos competenciales para poder así, desarrollar nuestra función como Educadores Sociales según las Competencias especificadas en el Plan de estudios del Grado en Educación Social.

Adquirir todas las competencias es importante para construir el papel del Educador Social, pero para este trabajo cabe señalar las que son más importantes para la realización completa del mismo:

- Identificar y emitir juicios razonados sobre problemas socioeducativos para mejorar la práctica profesional.
- Promover procesos de dinamización cultural y social.
- Elaborar e interpretar informes técnicos, de investigación y evaluación de acciones, procesos y resultados socioeducativos.
- Realizar estudios prospectivos y evaluativos sobre características, necesidades y demandas socioeducativas. En particular, saber manejar fuentes y datos que le permitan un mejor conocimiento del entorno y el público objetivo para ponerlos al servicio de los proyectos de educación social.
- Conocer las políticas de bienestar social y la legislación que sustentan los procesos de intervención socioeducativa.
- Evaluar programas y estrategias de intervención socioeducativa en los diversos ámbitos de trabajo.
- Colaborar y asesorar en la elaboración de programas socioeducativos en los medios y redes de comunicación e información (radio, televisión, prensa, internet, etc.).
- Utilizar y evaluar las nuevas tecnologías con fines formativos.

4. Marco teórico.

a. La influencia de los medios

Es indiscutible que en pleno siglo XXI vivimos en la Sociedad de la Información, esta sociedad es capaz de organizar la comunicación, y por tanto la cultura, en un universo electrónico audiovisual cada vez más diversificado y adaptado a los diferentes públicos, y por lo tanto, más influyentes. Pero, al mismo tiempo esta sociedad concentra el poder de producir las imágenes y además tiene la capacidad de emitirlas, haciendo de la virtualidad, nuestra realidad. Castells, Manuel (1997) dice que estamos en una sociedad de cambio constante, donde las nuevas Tecnologías de la Información y la

Comunicación (TIC's) se introducen día a día en nuestros hogares, trabajos, medios de transportes, etc., haciéndose estas, parte de nuestra vida, además de ser fundamentales para el desarrollo social y económico en un mundo globalizado e interconectado. ¿Qué son las TIC's? García-Valcárcel (1996) estima que cuando hablamos de Nuevas Tecnologías nos referimos fundamentalmente a tres grandes sistemas de comunicación: el vídeo, la informática y las telecomunicaciones. Y no sólo a los equipos (hardware) que hacen posible esta comunicación sino también al desarrollo de aplicaciones (software). El profesor Martínez (1996) propone como Nuevas Tecnologías a todos aquellos medios de comunicación y de tratamiento de la información que van surgiendo de la unión de los avances propiciados por el desarrollo de la tecnología electrónica y las herramientas conceptuales, tanto conocidas como aquellas otras que vayan siendo desarrolladas como consecuencia de la utilización de estas mismas nuevas tecnologías y del avance del conocimiento humano.

Tan afluente es el poder de la información, que se desestima el verdadero poder de las TIC's, la O.C.D.E lo ve como un aspecto positivo para nuestra sociedad, calificando a las sociedades avanzadas como sociedades ricas en información y en tecnologías; en ellas predominan las industrias del conocimiento de la información, que debidamente procesadas, codificadas y estructuradas circulan en flujo libre y automático como una nueva forma de riqueza. En cierta manera, tienen razón pero no es algo en lo que se pueda estar totalmente de acuerdo porque es tanta la información que las Tics son capaces de transmitir, que es imposible filtrarlas, codificarlas y ser críticos ante tanto mensaje icónico, así también lo piensa Montserrat Sánchez Acero, (2003).

En pleno S.XXI las mass-media son las encargadas de la difusión de los mensajes, y se han convertido en un agente sociabilizador muy potente, pero ¿qué es la socialización? Guy Rocher (1980) la define como un proceso por el cual la persona humana aprende e interioriza, en el transcurso de su vida, los elementos socioculturales de su medio ambiente, los integra a la cultura de su personalidad, bajo la influencia de experiencias y de agentes sociales significativos y se adapta así al entorno social en cuyo seno debe vivir. Las mass-media, por consiguiente se han convertido en uno más de los agente sociabilizadores, junto con la familia y la escuela, Bartolomé Crespo (1997) asume que los medios de comunicación son un factor decisivo para la socialización.

Los jóvenes y los niños son los principales consumidores de las mass-media y por lo tanto, no sólo aprenden de la escuela y la familia, sino también de la televisión e internet, así que de estos imitan, copian y memorizan los modelos de comportamiento que más atractivos les parecen. Martín Aguado, Piñuela Perea y González Díel (1993) afirman que, la influencia de los medios de comunicación de masas ha sido decisiva durante este último siglo en la formación de una nueva cultura, que ha tomado como modelos y pautas de actuación y comportamiento a los contenidos ofrecidos por estos medios (en concreto, cine, radio y televisión). El EGM de 2012 certificaba que los jóvenes españoles de 18 años consumían un promedio de 221,7 minutos diarios

de televisión (más de tres horas y media), dedicaban a Internet 27,4 minutos diarios y a la radio 109,7 minutos por persona y día. Los jóvenes han pasado más tiempo delante del televisor, que con sus compañeros de clase. El EGM calcula que el 60% de los niños nacidos recibe nombres de personajes de las series de televisión con mayor índice de audiencia o de personas populares gracias a los medios de comunicación.

Llegados a este punto, nos debemos preguntar si realmente influye o no los medios en la juventud, y si es así, cómo podríamos cuantificar el nivel de estos sobre los jóvenes. Es posible, que la manera de visualizar estas cuestiones, esté presente en la anulación de los principales agentes de socialización, Julio Vera Vila (2001) dice que los medios a través de su poderosa red de influencias son capaces de contrarrestar, complementar, potenciar o anular la influencia de otros importantes agentes de socialización juvenil como son la familia, la escuela y las asociaciones juveniles.

Es en los jóvenes y niños donde la influencia de los medios tiene un peso superior según Antonio Rodríguez Pérez (2001: 124) *“los medios en general, y la televisión en particular, influyen sobre todo en el público infantil y ello por dos razones:*

- a) La gran cantidad de tiempo que pasan frente al televisor.*
- b) No disponen de mecanismos de defensa sólidos frente a ella. No olvidemos que en muchos países los niños pasan ya más tiempo frente al televisor que en la escuela ya que, la televisión se comienza a ver mucho antes de la entrada a esta institución, y después también continúa”.*

b. El tratamiento de las Mass-Media.

A medida que avanza el S.XXI y tras el desarrollo de las tecnologías, los medios de comunicación de masas han cogido más fuerza y lejos de desaparecer, juran perdurar en el tiempo y esto hace que, Morduchowicz (2003) dice que nuestro conocimiento se encuentra mediatizado, principalmente por imágenes e informaciones que desde los medios nos llegan. Los medios de comunicación son conscientes del poder que tienen y las grandes corporaciones también, saben el poder de influencia que ejercen, conocen que la realidad de hoy, parte de las mass-media, que han obtenido un espacio específico en nuestras vidas y como dice Prado (2001) las mass-media llegan a cualquier persona que tenga acceso a ellas.

Por eso, es importante conocer y ser críticos ante tanta información, Verónica Marín Díaz (2004) concreta que, somos conscientes de que los niños y adolescentes son los principales receptores de los medios de comunicación, sin embargo, no poseen de suficientes criterios para seleccionar desde una postura crítica aquellas que son correctas y saber interpretar la realidad.

Al no poseer una postura crítica, las mass-medias pueden influir en nuestras nociones de género, ideas políticas, también nos dicen cómo debemos o no comportarnos en las distintas circunstancias de nuestra vida, llegando a provocarnos deseos y necesidades que posiblemente no tengamos Morduchowicz (2003) afirma que el papel esencial hoy en día de las mass-media, es la construcción de nuestra identidad.

El fotógrafo Joan Fontcuberta (2010) ha trabajado sobre la capacidad crítica del ser humano en una sociedad inmersa en la cultura visual y siempre llega a la conclusión de que no poseemos esa capacidad, aceptamos cualquier tipo de información como historiadora, archivo documental y veraz, parte del principio de que la sociedad cree que una fotografía vale más que mil mentiras.

Los medios utilizan estrategias para implementar en la sociedad ciertos imaginarios y costumbres, para así perpetuar un ideario, una conciencia. Como deduce el Profesor José Gutiérrez Pequeño (2015) en una de sus clases en la Universidad de Valladolid, existen dos técnicas para producir tipos de conciencia en la sociedad a través de los medios: “a) *Seleccionando los acontecimientos.* b) *Proyectándolos como naturales*”.

“Lo que se hace notar, es por definición notable” Roland Barthes.

Con la implantación de la TDT en España, ha llegado un arsenal de canales, donde la mayoría de ellos son temáticos, qué significa esto, pues que cada canal va dirigido a una parte específica de la sociedad, como pueden ser los canales como DiscoveryMax o Nitro, que van dirigido al público masculino, con una programación específica (deportes, documentales, automoción...). En el caso de las mujeres existen canales como Divinity donde se tratan temas como la belleza, la moda, el cuidado infantil... Por último y no por ello menos importante, están los canales dedicados a los niños y adolescentes, donde a través de series juveniles se intenta perpetuar un imaginario de la sociedad, estos canales son Clan o Disney Channel. Susana López Pérez (2010) declara que, el modelo de mujer adolescente que nos presenta la factoría Disney está sujeta a una gran cantidad de estereotipos femeninos y masculinos muy claros. El modelo de mujer adolescente encaja perfectamente con el ideal de hija de la familia media americana de raza blanca: una muchacha moderna y presumida que no sale nunca de los cánones establecidos y aceptado por los mayores. El problema es que se ha delegado en los medios de comunicación la educación de nuestros hijos, ya sea por falta de tiempo o porque no sabemos utilizarlos, la televisión, que no olvidemos es la más usada por los niños y adolescentes, aprovecha estas circunstancias para educar y alienar a la juventud, el profesor Miguel Lacruz (2000) explica que, la televisión, sea pública o privada, intenta influir en el espectador, y lo logra, a veces incluso sin proponérselo institucionalmente. Por su falta de escepticismo y asepsia ideológica la televisión crea estados de opinión que responde a los intereses de los poderes económicos que la sufagan, de forma que hasta el aparentemente más inocente y angelical programa infantil puede marcar pautas sociales e ideológicas y M^a Esther Del Moral Pérez (1993) además dice que, la televisión empieza a ejercer su influencia en edades tempranas, y de

ahí la necesidad de esmerarse en las producciones infantiles donde se hace imperiosa la actuación de expertos en procesos de enseñanza aprendizaje en igual o mayor medida que en técnicas de marketing y publicidad.

Es evidente después de lo visto que, los medios de comunicación ejercen en los jóvenes y adolescentes una influencia e instrucción educativa sin control, por este motivo es importante que las instituciones educativas, eduquen a los jóvenes en una preparación crítica para poder así enfrentar a los medios con inteligencia y prudencia. Para Fernández Fernández (1997) el impacto de la televisión en el público es muy grande. En primer lugar, como medio, ya que es atractivo y, sobre todo, porque se basa en una mera receptividad pasiva. De todos los medios de comunicación, es el más pasivo para el receptor, lo que facilita también la posibilidad de manipulación por parte del sujeto emisor. La televisión influye poderosamente en los niveles y valores morales de la sociedad.

En conclusión, hay que hacer una vinculación entre las mass-medias y la educación para poder así hacer de nuestros futuros adultos, unas personas críticas al enfrentarse a cualquier medio de comunicación.

c. Educación y las Mass-medias.

En la sociedad actual donde los medios de comunicación están por todos sitios y donde la educación es compartida tanto por las mass-medias, como por las familias y las instituciones educativas, tenemos que ser conscientes de que hay que introducir en el sistema educativo reglado una educación destinada a crear capacidades críticas en la juventud como dice Majó y Marqués (2002) integrarlos más en los ámbitos de educación formal para aprovechar su gran potencial formativo y poder estructurar mejor en los esquemas mentales de los estudiantes las informaciones que ofrecen. Esto ayudaría a los jóvenes a afrontar el gran impacto de los medios, para poder así identificar y aceptar o desechar las informaciones.

Los centros educativos no pueden dejar de lado y olvidar el poder de influencia que tiene los medios en los jóvenes y niños, por eso tienen que trabajar en crear metodologías que integren las mass-media. Morón Marchena (1993) corrobora lo dicho al afirmar que los medios de comunicación están en la calle, cautivando, convenciendo, informando... pero también manipulando. De ahí la necesidad de un tratamiento educativo y pedagógico para que los niños respondan activamente ante sus estímulos. Al mismo tiempo los centros educativos se mimetizan y se integran en la sociedad activa, al trabajar con las mass-medias, entremezclando la realidad social con la docencia, Juan Antonio García Galindo (1994) apoya esto diciendo que la incorporación al aula de elementos de la realidad revitaliza la escuela y le ayuda a recuperar un papel de compromiso con la sociedad.

Pero la integración de los medios de comunicación en los centros educativos, no debe ser solo lo que tenga que ver con la estructuración de los medios (hablar de, qué son los medios, como se escribe un artículo, de cuantas partes forma una noticia...), sino que los medios sea parte fundamental de todas las asignaturas como complemento y apoyo a la materia que se dé, Tania María Esperon Porto propone no una pedagogía de los medios sobre los medios, sino una pedagogía que establezca comunicación escolar con los conocimientos y con los sujetos, considerando a los medios de comunicación. Dialogamos con los medios en vez de hablar sobre ellos.

Arturo Pérez Reverte considera que hay que tener en cuenta que, hoy en día, los medios de comunicación forman parte de nuestra vida, de nuestra cultura y de nuestro futuro, por lo que es imprescindible conocerlos. Siendo importante siempre y cuando se enseñe a los jóvenes a utilizar los medios de comunicación, no a ponerse delante y tragárselos, no a leerse periódicos ni a ver la televisión absurdamente sin saber lo que se hace. Se les ha de enseñar a saber abordarlos con espíritu crítico, a saber distinguir contenidos, incluso a saber qué empresa hay detrás de cada medio de comunicación. Saber que cada mensaje tiene un sentido y puede ser manipulado, por unos o por otros.

Por todo esto hay que introducir en los currículos de los centros educativos la pedagogía de los medios ya que en la realidad los medios de comunicación no solo son para entretener, sino que también tiene como objetivo educar, aunque muchas veces lo hagan sin darse cuenta. Este papel de introducir los medios de comunicación como una forma activa de educar, ha sido siempre parte de la educación no formal e informal, pero es el momento de que esto forme parte de la educación formal y reglada, porque los medios de comunicación y la educación deben ir siempre de la mano.

d. Una experiencia de “mirar los medios de comunicación con otros ojos”.

Para continuar, se cree necesario hablar de alguna propuesta existente. En la siguiente experiencia se propone la idea de crear un taller para tratar de una manera crítica los medios de comunicación y sus mensajes, con los jóvenes en edad escolar desde primaria hasta bachillerato, con actividades encaminadas a fomentar la igualdad, la no violencia y el respeto entre personas y detectando en los medios todos aquellos estereotipos que hacen que se genere la desigualdad en la sociedad.

El proyecto comenzó en el curso 2005/06, se llama “Taller para mirar los medios de comunicación con otros ojos” y está enmarcado en el programa de educación para la igualdad de la Delegación del Excmo. Ayuntamiento de Dos Hermanas en Sevilla.

Este proyecto se centra en la primera etapa educativa, la Primaria. Se desarrolla en cuatro sesiones, una cada mes, y está dirigido al primer y tercer ciclo de Primaria. Se trabaja en 1º y 2º y luego con este mismo alumnado dos años después en 5º y 6º, de

manera que se refuerzan los contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales vistos en edades más tempranas.

Ellos creen que la necesidad de este proyecto está estrictamente vinculado con lo anteriormente expuesto en el marco teórico, en resumen lo creen necesario por dos aspectos:

- Entre los aspectos positivos, porque los medios de comunicación ofrecen un acceso rápido a los acontecimientos que surgen en el mundo, son un elemento socializador, insertando a las personas en la sociedad y mundo cultural en el que viven, tienen posibilidades educativas, formativas y también de ocio y diversión.
- Entre los aspectos negativos, destacan el control que sobre los medios ejercen los grupos sociales y económicos poderosos, utilizándolos como instrumentos para manipular al público, el deterioro que originan en la cultura, vulgarizando y degradando los contenidos culturales y científicos que tratan, y la creación de personas acríticas.

Este proyecto se crea con el fin de enseñar a la ciudadanía las ventajas y desventajas que tienen los medios de comunicación, de sumergir a las personas en una alfabetización digital ya que estos no solo se enfrentan al papel escrito sino a un sinnúmero de herramientas digitales, aparte de la televisión y la radio, por esto sienten la necesidad de crear actividades que fomenten los conocimientos sobre los medios de comunicación que dé pie a esa actitud crítica necesaria para ser personas cívicas.

Se centran especialmente en la temática de igualdad de género, planteando una reflexión sobre como los medios tratan a la mujer a través de la televisión, publicidad, etc.

Este proyecto tiene como objetivos:

- Conocer cómo se elaboran los periódicos, los programas de radio y de televisión.
- Despertar en el alumnado las actitudes crítico-constructivas frente a los medios de comunicación de masas.
- Conocer publicaciones periódicas recomendadas en estas edades.

- Descubrir y desechar los estereotipos de género a través del debate y la redacción de noticias, el análisis de la publicidad sexista y de distintos programas y dibujos animados de televisión.
- Aprender cómo hacer un buen uso de Internet.
- Fomentar la utilización del lenguaje no sexista.
- Fomentar el respeto y las actitudes integradoras entre niñas y niños.

En definitiva con este trabajo se pretende detectar en los medios aquellas características negativas y transformarlas en positivas, descubriendo el sexismo pero también construyendo a la vez con ellos y ellas mensajes que transmitan los valores de la coeducación: la paz, la igualdad de género, el respeto, la tolerancia...

5. Investigación: ¿Resulta necesaria una “pedagogía de los medios”?

a. Investigación.

En los próximos epígrafes se explicará el tipo de investigación que se ha realizado, como se ha llevado a cabo y finalmente los resultados de dicha investigación.

b. Metodología de la investigación.

Para la elaboración de esta investigación nos hemos basado en estudios similares y en la realización de una pequeña investigación cualitativa, se ha utilizado 3 técnicas reconocidas y validadas: la entrevista, el grupo de discusión y dinámicas de grupo para posteriormente obtener los datos necesarios.

Se ha decidido una investigación cualitativa porque nos interesa más la perspectiva de las personas, lo empírico, que los datos numéricos. Taylor, S J y Bogolon, R (1984) señala que la investigación cualitativa entiende los fenómenos desde la propia perspectiva del actor.

Este sistema nos permite un amplio abanico de técnicas para la recogida de datos. Hemos escogido realizar entrevistas, grupo de discusión y dinámicas, porque da la posibilidad de guiar a las personas en la búsqueda de información de una manera flexible y cómoda para las dos partes.

En primer lugar hemos seleccionado nuestra muestra para la investigación, que son esas personas que nos darán los datos necesarios para llegar al fondo de la cuestión. El ámbito de las personas es exageradamente amplio, por ello decidir quiénes son los actores de estas técnicas fue una difícil decisión. Basándonos en otros trabajos similares, hemos decidido que los protagonistas de esta investigación van a ser 3 docentes de diferentes I.E.S y C.E.I.P. de Canarias y un grupo de diez alumnos con edades comprendidas entre los 13 y 18 años, en edad de formación también de Canarias. La elección de la preferencia del lugar se da por dos motivos, primero porque Canarias posee un alto porcentaje de Fracaso Escolar y segundo por acercamiento geográfico. Los nombres de estos actores no serán expuestos en este trabajo por expreso deseo de los actores y por razones de protección de datos.

Con la muestra seleccionada se intenta conseguir una visión global sobre la necesidad de que exista una “Pedagogía de los medios”, haciendo hincapié en las aportaciones ofrecidas por los diferentes actores dentro del ámbito educativo.

Para extraer la información necesaria, se decidió, primero realizar entrevistas a los docentes ya que, su disposición a este tipo de técnica es recogida con acierto entre los

mismos. En segundo lugar se decidió hacer un grupo de discusión y una dinámica de grupo con los jóvenes por dos razones:

- Hacer ameno el momento tedioso de la extracción de la información.
- Para evaluar el grado de sentido crítico que tienen ante la información mostrada.

La entrevista se ha usado para comprender las perspectivas que tienen los informantes (docentes) respecto a experiencias o situaciones cercanas al uso de los medios de comunicación y las Tic's en sus puestos como educadores en sus respectivos C.E.I.P. Se ha optado por una entrevista semi-estructurada con un guión para dar un sentido y camino a las mismas.

La primera parte de la entrevista ha sido de carácter introductorio al tema, donde se realizó la primera toma de contacto con la persona. Tras la presentación del tema, comenzamos con unas preguntas introductorias al tema central de la investigación, como por ejemplo las percepciones o problemas que se observan en los centros en los que trabajan con respecto a los medios de comunicación y al acceso a las TIC's, para luego pasar a preguntas dirigidas a, si es o no necesario una "pedagogía de los medios". Como objetivo nos hemos marcado conocer de forma general la perspectiva docente que tienen hacia las Tic's y las mass-media por otro, lado ver que necesidades tienen estos, si son o no capaces de manejarse con las nuevas tecnologías y por último ver, que perciben ellos de los jóvenes y el uso de las mass-media.

El cuerpo docente entrevistado parte con una amplia trayectoria en el mundo de la educación reglada y hoy en día siguen en activo ejerciendo dicha profesión:

- Docente 1: IES Lomo de la Herradura Gran Canaria. Cargo: Profesora de apoyo a las NEAE desde hace 12 años. Otros Cargos: Maestra de educación infantil, secretaria del centro, tutora.
- Docente 2: IES Los Tarahales Gran Canaria. Jefatura del departamento de Geografía e Historia con 10 años de docencia en este centro.
- Docente 3: CEIP San Juan Telde Gran Canaria. Cargo: Maestra de Primaria desde hace 36 AÑOS. Otro Cargos: DIRECTORA, VICEDIRECTORA, ASESORA DE CEP

Para el grupo de jóvenes, he considerado que la mejor forma de extraer información sea de una manera dinámica y en definitiva atractiva para las dos partes. He decidido realizar el grupo de discusión porque evita estudiar las actitudes y opiniones de manera individual, ya que estas suelen ser en algunos contextos artificiales ya que no son capaces de acercarse a la cotidianidad. Esta herramienta permite a los actores sentirse cómodos y reconocidos, al ser escuchados por los demás y se corrigen entre ellos las opiniones que no son adecuadas, que no se comparten socialmente o son extremas. Con este sistema también se evita intimidar a las personas participantes, puesto que en las

edades de entre 13 y 18 años suelen ser más susceptibles con las entrevistas individuales. Al igual que en las entrevistas he decidido guionizar este método con una parte de acercamiento al tema y luego acercándonos en profundidad a los temas que giran alrededor de las mass-medias.

En último lugar he decidido hacer con el mismo grupo de discusión una dinámica grupal para debatir un spot publicitario, una escena de una serie del Canal Disney, un fotomontaje, una noticia radiofónica falsa y dos noticias de un noticiero falso, una en formato periódico y otra en formato informativo televisivo. Esto sirve para evaluar qué nivel de sentido crítico tienen ante las informaciones recibidas. (anexo). Estos medios están cargados de estereotipos y falsedades que pueden ser muy evidentes si se observan con carácter crítico.

c. Resultados de la investigación.

El cuerpo docente que cuenta con 20 años de media en la experiencia profesional y que han servido en diferentes cargos de relevancia en el mundo de la educación reglada y pública en Canarias observa que, la integración de las TIC's y de las mass-medias en los centros escolares se acoge con agrado, no obstante existe una tendencia al uso exclusivo de las TIC's, separando a estas de las mass-media, la docente del IES Los Tarahales nos comenta que *“en este mi centro se apuesta por las TIC's desde hace años y no tanto por las mass-media, nos hemos ido adaptando paulatinamente y en la medida de que nuestros conocimientos nos permitan”*, la docente del CEIP San Juan añade que *“en primaria están más integradas las TIC's, llegando incluso en 5º y 6º a tener un ordenador por alumno pero, la mayoría de los profesores los usan para hacer actividades derivadas de los libros de texto y juegos educativos, aunque yo añado búsqueda de informaciones porque me parece importante puesto que el alumnado de hoy en día vive en medio de la tecnología y además les motiva mucho cualquier actividad o trabajo a través de las nuevas tecnologías, el futuro está en ellas”*.

El uso de las TIC's se ha convertido en la nueva herramienta de trabajo del alumnado y del cuerpo docente, donde encontrábamos un encerado ahora se encuentra una pizarra digital con cañón de luz, donde había un cuaderno para realizar las tareas hay un ordenador con software diseñado por editoriales con actividades para el alumnado. Todos los centros cuentan con dotaciones telecomunicativas, poseen variedad de tecnologías dispuestas para ser usadas por todas las personas pertenecientes a los centros pero, la tecnología en todo los casos estudiados carecen de algo, ya sea porque existe material limitado, o porque el ratio de alumnos por aula es alto y esto dificulta el uso, o porque el acceso a la red es limitada y lenta. La docente del CEIP San Juan afirma que en su centro *“hay dotación de pequeños ordenadores portátiles individuales, pizarra digital con ordenador además, existe una sala de ordenadores pero, el*

problema es que todo el material está obsoleto, es de hace muchos años y hay muchos programas, juegos, actividades que no se pueden realizar, incluso el mantenimiento de los ordenadores es escaso, hay pocas personas que puedan arreglar los ordenadores estropeados y por último ya, la conexión a internet es muy lenta cuando funciona que suele ser menos que más” la docente del IES Lomo La Herradura añade en su centro poseen las mismas herramientas tecnológicas pero que por culpa de los recortes en educación que, *“desde el mes de abril de 2015 la Consejería de Educación del Gobierno de Canarias ha dejado de pagar los derechos de uso de Microsoft y solo se permite el acceso a programas libres, que han supuesto un gran retroceso en el trabajo con estas tecnologías.”*

A pesar de las limitaciones técnicas, el uso de las TIC's según las docentes genera gran cantidad de beneficios con respecto a la inmediatez de los contenidos, a la buena disposición del alumnado para atender a las explicaciones; como nos comenta la docente del CEIP San Juan *“el alumnado prefiere en general este medio a cualquier otro, les atrae, viven con ello”*; y para la diversificación de los contenidos de manera que la información entre el profesorado sea rápida y directa pero, estas no hablan sobre los beneficios que tienen las TIC's como soporte para incrementar en el alumnado ese sentimiento crítico hacia las mass-media, la docente del IES Tarahales mantiene que, *“son una herramienta más de trabajo, permite diversificar los recursos, en el aula virtual no sólo “cuelgas” información o tareas sino que facilita la atención a la diversidad del aula. Además es el medio utilizado preferentemente para comunicarse entre el profesorado”*.

Con respecto a la experiencia en el uso de las TIC's en general el cuerpo docente tiene ciertas limitaciones para enfrentarse a estas puestos que se han tenido que ir adaptando a las tecnologías a medida que eran introducidas en el sector educativo, posteriormente no han recibido ningún tipo de enseñanza con respecto a las tecnologías, salvo algún curso de las editoriales sobre el uso de las pizarras electrónicas en definitiva han sido autodidactas llegando a tener un uso de estas a nivel usuario, la docente del CEIP San Juan admite que el uso que hace de las TIC's es limitado *“conozco lo básico, manejar la pizarra digital, programas básicos, búsqueda de información, etc.”* En cuanto a la experiencia con las mass-media suelen ser puntuales en algunos casos y en otros inexistentes y cuando lo hacen no conectan con la realidad vigente, utilizándose como apoyo a la materia dada y no como un conector de realidad y educación. La docente del IES Lomo de la Herradura comenta que se suele utilizar casualmente, *“algunos profesores en determinadas materias y para objetivos concretos (periódicos, algunos programas de televisión, ...) pero casi nada”*. Además la docente reconoce que en su aula *“el periódico lo utilizamos para el aprendizaje de la lectura desde un punto de vista funcional. Mis alumnos utilizan el ordenador para usar programas de aprendizajes curriculares, desarrollo de atención, memoria, inteligencia, ..., elaboración de documentos, consulta en internet, ...”* Sin embargo la docente del CEIP San Juan piensa que, *“las clases deben estar más acorde con la realidad y que no exista una separación entre la escuela, los medios y la realidad, aunque hay limitaciones”*

Una de las limitaciones que se ha observado, tiene que ver con la brecha intergeneracional que existe entre el alumnado y el cuerpo docente, como hemos visto

antes, el profesorado se ha tenido que ir adaptando poco a poco a las Nuevas Tecnologías mientras tanto su alumnado ha crecido con ella, adaptándose a sus vidas como un hábito más de su rutina, manejándolas con soltura y desparpajo así lo ve la docente del CEIP de San Juan *“los niños tienen incorporado las nuevas tecnología, cualquier problema sobre la marcha lo resuelven sin pensar, es como si tuviesen un don natural cosa que nosotros hemos aprendido y aún tenemos que aprender más, aunque hay que decir que en el profesorado hay una gran variedad: profesores que están muy sueltos en la Nuevas Tecnologías, profesores que lo llevamos a un nivel medio y algún que otro profesor que va a lo mínimo, depende de la edad y la disposición. Existe una brecha intergeneracional ya que el alumnado hoy en día nace con las Nuevas Tecnologías, nosotros, los de mi generación hemos tenido que aprender.”* Aunque exista esta brecha intergeneracional ante las Nuevas Tencnologías, el cuerpo docente detecta en el alumnado ciertas limitaciones con respecto a lo académico, no saben buscar información, no saben usar un procesador de textos, carecen de imaginación a la hora de hacer presentaciones en formatos digitales, tales como Power Point o Prezzi, esto es lo que nos comenta la docente del IES Lomo de la Herradura, *“los niños y las niñas ya nacen con estos medios, desde muy pequeños manejan tabletas y teléfonos móviles. Aunque se da la paradoja que al tener que utilizar ordenador (power point, Word, correo electrónico,...) presentan dificultades. Son muy hábiles con algunos elementos y posibilidades de estos medios, pero al darle un uso académico manifiestan dificultades”*.

Para completar la información, se ha realizado un grupo de discusión y una dinámica conjuntamente con un grupo de jóvenes voluntarios, con edades comprendidas entre los 13 y 18 años, todos ellos se encuentran estudiando secundaria, menos uno de los actores que se encuentra en el primer año del Grado en Arquitectura.

En primer lugar esto es lo obtenido del grupo de discusión:

El contacto que han tenido con los medios de comunicación ha sido pasiva, el conocimiento activo hacia ésta ha sido muy limitado, puesto que no saben explicar algo tan básico como el significado de los medios de comunicación, les cuesta explicar con claridad un significado global del término, *“los medios de comunicación... es el lenguaje”* otros añadían *“los medios de comunicación son la tele, el móvil, la radio, el periódico”*. El poco contacto que han tenido con los medios de comunicación ha sido gracias a una competencia más a realizar por parte del profesorado, como por ejemplo trabajar la lectoescritura a través del periódico *“yo en el colegio solo vi como se hacía un periódico, sus partes”*.

Sobre la utilidad de los medios de comunicación tienen un concepto difuminado, piensan que las mass-medias solo es aquello que tenga que ver con el entretenimiento, *“yo lo uso para comunicarme con mis amigos y amigas, para quedar”, “para ver el Twiter”*, sin embargo uno de los participantes alertó a los demás diciendo que los medios de comunicación también sirven para informarse de lo que pasa en el mundo, *“si estuviera en una isla desierta sin información, no sería nadie”*.

El tiempo que pasan usando las Nuevas Tecnologías y las mass-media, puede ser casi el total del día en la mayoría de los actores, se pasan 12 horas interactuando con algún dispositivo electrónico y consumiendo información sin filtro ni control, cosa de la que hablaremos más adelante, *“lo utilizo todo el día si no ves la tele, tienes el móvil, o las dos cosas a la vez”*, *“si estás en casa la tele, que vas en el coche con mi padre, la radio”*, es tanta la conexión existente entre los jóvenes y las Nuevas Tecnologías que no se separan de ellas ni siquiera en horas lectivas, *“hoy con las nuevas tecnologías tenemos información a todo rato”* otro añade que, *“en los cambios de clase uso el móvil y en los recreos veo videos o mi serie favorita”*.

El medio más utilizado, con el que más tiempo pasan y a la que más acceso tienen es la televisión, por este motivo nos parecía importante saber que canales de televisión veían más y por qué motivo. De los canales principales los más vistos en orden de preferencia 1º Tele5; 2º Antena3; 3º Cuatro; y en el caso de los canales temáticos los más vistos son en orden de preferencia, 1º Boing; 2º Divinity; 3º DiscoveryMax, además todos admiten que cuando eran algo más pequeños solo veían Disney Channel y dicen *“no vemos Disney Channel porque ya no tenemos edad”*. Los motivos que exponen del por qué ven estos canales vuelve a estar encaminados al entretenimiento, *“veo Boing porque me entretiene”* además añade *“yo prefiero centrarme en mi entretenimiento que informarme”*, otros dicen que ven estos canales huyendo de los canales que solo hablan de política, *“me aburre la política”*, una de las chicas comenta que ella ve Divinity *“me encanta los programas sobre decoración”* y un chico prefiere ver Cuatro por su contenido deportivo. *“me gusta ver el deporte y como los Manolos hacen el tonto”*.

Es cierto que, de alguna manera los medios de comunicación influyen en las personas que las consumen, generando en éstas fusiones de identidades, compartidas por un global, haciendo las frases de ciertos personajes suyas, utilizándolas en sus vidas cotidianas y repitiéndolas hasta la saciedad, *“hay gente que copia las frases graciosas de los personajes y van por ahí repitiéndolas como las cosas que dice Amador, personaje de la serie La que se acerca”*. Ellos mismos se dan cuenta de que existe ciertos límites y que para esta investigación es vital, y es que reconocen que ciertos contenidos no son los adecuados, se confunde dibujos animados con producto para el público infantil, se muestran enfadados porque *“las palabras mal sonantes en los dibujos animados cada vez son más permisibles y así los niños pequeños aprende palabrotas”*. Pero esto no quita que ellos también repitan las tendencias de aquellos personajes con los que los jóvenes se sienten reflejados y que salen en el mundo de la televisión, *“creo que me gusta los reality’s porque me siento identificado con alguno de los participante, la gente siente la necesidad de sentirse identificado”*. Algunos incluso no sabían explicar por qué ven ciertos productos televisivos aún a sabiendas que el producto pueda ser una falsa o que moralmente no sea aceptable, *“a veces no me explico el por qué veo Hombres, Mujeres y Viceversa, porque un día en Twiter, justo el día del accidente del avión en los Pirineos Franceses, la gente se quejaba de que se suspendiese el programa por eso, que el accidente no le interesaba a nadie”*.



Figura 1. Comentarios en Twitter referentes a la cancelación de MYHYV por consecuencia del accidente de avión del día 24 mar 2015.

Antes de la aparición de las Nuevas Tecnologías, la radio, la prensa escrita y sobre todo la televisión eran las plataformas preferidas para recibir información. Las familias se reunían ante el televisor y compartían la programación, teniendo como resultado favorable, el control de los padres y madres sobre lo que veían sus hijos. Hoy en día vivimos en una sociedad vertiginosa donde la compatibilidad de horarios hace escaso el tiempo que pasamos con la familia, por este motivo, los jóvenes pasan mucho tiempo solos en casa, *“mis padres trabajan hasta las seis y me paso la tarde sola viendo la tele”*, otra añade *“yo veo la tele sola porque a mi madre no le gusta lo que yo veo, así que la veo mientras ella trabaja o está limpiando”*. No tienen control ni nadie que les explique o les dé pautas sobre lo que están viendo. Además con la introducción de las Nuevas Tecnologías el autoconsumo independiente aumenta debido a que, los nuevos dispositivos electrónicos ofrecen prestaciones tales como visionado televisión, videos, series, etc. Haciendo aún más imposible la posibilidad de saber en qué entretenimientos ocupa el tiempo nuestros hijos, *“cada uno en casa utiliza su móvil o su tablet y ve lo que quiera sin molestar a nadie”*.

Este grupo admitía que no tiene que pedir permiso para usar las tecnologías ni para consumir mass-media, básicamente porque consideran que, sus padres saben menos que ellos sobre el uso de las tecnologías, *“yo nací con esto del internet y mis padres no saben”*, únicamente piden permiso para hacer algún tipo de pago online, *“yo no pido permiso para usarlo pero, sí para pagar como por ejemplo, pagar la cuenta de whatsApp”*. Ninguno de ellos acudiría a sus padres y madres para pedir un consejo sobre el uso de las mass-media, *“nuestros padres no pueden asesorarnos porque no saben, ahora mismo estamos más para asesorarlos nosotros a ellos que, ellos a nosotros”*. Los padres y las madres según los jóvenes, no saben detectar los banners fraudulentos en las páginas web, pican sobre ellas pensando que son ofertas o regalos, obteniendo únicamente virus y spams en sus dispositivos electrónicos, *“mi padre se*

descarga cosas sin saber y a veces paga por un servicio sin saber por qué”, otro añade, “yo he tenido que poner bloqueadores y antivirus para que no rompan el ordenador”, aunque alguno considera que, “nuestro papel es la de enseñar a nuestros padres”

Las intenciones que los medios de comunicación tienen para este grupo, según ellos son las del entretenimiento, la de mantenernos informados y la de vendernos productos a través de los spots, *“los anuncios de perfumes engancha la gente a comprar, porque sale un tío que se hecha perfume y le vienen las tías, quieren ser como él”*. Solo uno de los actores buscó una intención de los medios menos visible, la televisión como telón que oculta las realidades tras su programación, *“la tele sirve para silenciar las cosas que pasan con telebasura”*. La realidad es que los medios de comunicación son generadores de opinión y construye en las personas ideas prediseñadas que luego interiorizan, las hacen suyas y finalmente las defiende como ideas propias, esto se pudo notar en algunas de las aportaciones del grupo, *“el político Pablo Iglesias antes era bueno y ahora es un ladrón, mira como se llevó dinero de Venezuela”*.

Por consiguiente la información que ofrecen los medios de comunicación para este grupo tiene un sentido real y veraz, *“yo para los trabajos de clase uso información de las webs que salen en Google, abro la primera, porque si es la primera es la más importante”*, incluso algunos dejan en manos de las informaciones sacadas de las webs su propia salud, *“yo busco remedios para alguna cosa que me pase, por ejemplo si me pica un bicho busco algo para que no me tenga que rascar”*. Este grupo confunde información con entretenimiento y siempre los lleva de la mano, la mayoría suele informarse sobre las cosas que les gusta como la música, el deporte, etc. *“yo solo leo las web de deportes porque es lo que me gusta”*, otra chica añade que a ella le encanta la vida de la gente famosa *“me informo de las biografías en Wikipedia”*. Conocen que en internet existe información falsa pero no la detectan a primeras de cambio, *“a veces veo videos que al tiempo me entero que es un fake (mentira)”*. Los medios más utilizados por los jóvenes para informarse son las redes sociales, *“yo me informo de lo que pasa en Twiter”*.

A continuación veremos cuánto de sentido crítico tienen los actores participantes del grupo de discusión, a través de una dinámica que consta de, el visionado de un anuncio, una escena corta de una serie de Disney Channel, un fotomontaje y dos noticias de un noticiero falso conocido de internet “El Mundo Today”, una noticia en formato televisivo y otra noticia en formato periódico. Los jóvenes después del visionado comentaban y debatían sobre lo que habían visto.

Esto es lo que se puede recoger:

1. Spot para el Día de la Madre. Producido por: P&G. "El Mejor Trabajo del Mundo". Juegos Olímpicos de Londres.
<https://www.youtube.com/watch?v=InGkW9IFTd4>

Procter and Gamber Co. Es una multinacional americana que acoge 80 marcas que van desde la alimentación de los perros, pasando por artículos de limpieza y acabando por los productos de cuidado personal. Registra marcas como Ariel, Tampax o Guillet.

En este anuncio no se muestra ningún artículo en particular, hay un conjunto de productos por toda la secuencia que están siendo utilizados por las madres a las que va dedicado este anuncio, estos productos son, detergente para lavar la ropa de los niños, el champú para duchar a los niños después del entrenamiento, lavavajillas en gel para fregar los platos, etc. Este spot tiene clara la idea de perpetuar el cuidado y limpieza al género femenino, agradándolas diciendo que no hay mejor trabajo que el de una madre sacrificada por el éxito de sus hijos.

En este spot se ve claro los estereotipos que perpetua la idea de madre como las encargadas del cuidado de los hijos, ama de casa, etc. Esta publicidad está cargada de sesgos de género y discriminación, que nos pone en alerta, ya que, los estereotipos tienen la tendencia de convertirse en reales en función de las tareas que cumplas dentro y fuera del hogar.

El grupo no fue capaz de detectar los estereotipos asignados a la madre, solo hablaban sobre la superación de los hijos, y de cómo esforzándose mucho llegarás lejos, siempre y cuando tu madre te apoye, “yo en este anuncio veo la superación de los deportistas”, las chicas se emocionaban con el anuncio, “veo lo bonito de una madre cuidando de sus hijos”. Una de las chicas se hizo una pregunta pero, el grupo no le dio mucha importancia, “¿y los padres dónde están? ¿Están trabajando?” a lo que otro contestó, “siempre se ha dicho que el hombre trabaja y la mujer en casa”. Este tipo de aportaciones sólo tiene un significado y es que, las multinacionales consiguen su objetivo que es, hacer reales los estereotipos y que la población vea como normal ciertos comportamientos que desde el punto de vista de la igualdad de género sería intolerable.

2. Escena de Disney Channel. Serie: “Riley y el mundo”. Escena: A Riley le piden ir al baile de graduación. <https://www.youtube.com/watch?v=-y9sreAJI-w&list=PLxs2QjD3UrE99aTZvF45mRzio8MA7jDAo&index=8>

La multinacional Disney posee en España un canal temático de televisión con programación dirigida a los más jóvenes de la casa y en particular a las chicas. Su programación casi en su totalidad está ocupada por series para adolescentes, donde se muestran los estereotipos sobre el modelo de mujer joven e hija perfecta.

Desde hace años el canal ha contado con una infinidad de series de este estilo. Hannah Montana, El Patito Feo, Jessi... son algunos de los títulos de estas series, donde aparecen chicas que tienen en común un sinnúmero de características físicas y sociales estereotipadas, todas tienen la piel sonrosada y la melena larga con cortes parecidos, además coinciden en que, son habladoras, sensibles, alegres, tranquilas, presumidas, dulces, divertidas e impulsivas, caracteres totalmente estereotipados de lo que debe ser una “mujer femenina”.

Tras visionar el video de la escena, ninguno de los actores detectó nada fuera de lo común, incluso decían sentirse identificados, “esta serie representa a los jóvenes”, una chica admite que ella también hace cosas que salen en la serie “mis compañeras y yo nos maquillamos por el pasillo del instituto”. Los chicos comentaban que, las chicas en el instituto se maquillan porque, “las chicas quieren ser como las que salen en las

series”, otro añadió, *“en mi instituto es así, la rubia es la guapa y la morena la lista, que parece que no pero al final “se lleva” a todos los chicos”*.

3. El fotomontaje. “La Familia Real ¿está o no está?” Fotografía de la Casa Real. Felicitaciones Navideñas.



Figura 2. Fotomontaje

Esta fotografía fue enviada por la Casa Real a los medios, para felicitar las Navidades a todos los españoles. A los días, los portavoces de la Casa Real reconocieron que se trataba de una fotografía compuesta y excusaron que se había visto forzados, ya que la agenda estaba sin espacio para realizar la foto y finalmente optaron por el fotomontaje.

Esto es una pequeña anécdota sobre algo que ocurre constantemente en el mundo del periodismo, y es la manipulación de las fotografías, haciendo a estas, soportes de una realidad inventada.

Esta fotografía se muestra algo evidente si estás acostumbrado a ver imágenes, y así fue, el grupo detectó rápidamente que se trataba de un montaje. Esto quiere decir que están acostumbrados a la imagen fija. Esto es lo que comentaron, *“están superpuestos”*, *“ese niño parece que lo pusieron ahí”*, *“hay cosas en la foto que no cuadra”*, *“a lo mejor no estaban juntos pero, no sé”*, solo una chica no estaba segura de que fuese un montaje a pesar de lo que opinaba el grupo *“yo tengo mis dudas, porque los reyes no harían algo así”*.

4. Informativo Televisivo “El Mundo Today” Noticia: “Una banda de Albanokosovares trafica con apuntes de la Universidad Complutense de Madrid.” https://www.youtube.com/watch?v=3OiJ7J_WN40 Min.1.00

Estas noticias que se hacen con tono de humor desde la web www.elmundotoday.es ha servido para engañar en ocasiones a diferentes medios de prestigio, compartiendo informaciones falsas que estos convertían en verdaderos en sus plataformas de prestigio.

Al comienzo del video le di un tono de seriedad al momento y le hablé de lo preocupante de los robos, para así no denotar ningún sentido cómico a la situación.

Tras ver el video, ninguno de los participantes se da cuenta de que la noticia es falsa, cosa que sorprende, porque la información carece de sentido, pero aun así alguno aportaron cosas como esta, “*este tipo de gente, de Europa del este, es que solo vienen a robar*”, otros aplauden la actuación de la policía que supuestamente desarticula el entramado criminal. Una chica incluye que, “*el informativo me parece directo y plasma la realidad que pasa.*”

El problema detectado es que, si la plataforma por la que se transmite la información es aparentemente seria, se tiende a creer la información como veraz.

5. Noticia. Recorte periódico falso. “El Mundo Today”. Noticia: “Autónomo que vivía en la calle se convierte en multimillonario al cobrar todas las facturas de golpe.”



Figura 3. Recorte del periódico cómico “El Mundo Today”

Este recorte del periódico digital de “El Mundo Today” recoge una noticia falsa, donde cuenta las experiencias vividas por un autónomo tras la entrada de la crisis. Nos explica como perdió todo y como tenía que mendigar para comer algo. Hasta un día que

mira su cuenta del banco y se fija en que ha recibido el pago de 3 grandes contratos que realizó en el pasado y no fueron remuneradas, esto lo convertía en multimillonaria de la noche a la mañana.

Al igual que la noticia anterior, esta también da claros signos de no sostenerse como historia real pero aun así, siguen sin darse cuenta de que esta noticia también es falsa como la anterior.

La mayoría de los actores de la sesión se alegraban por la nueva situación de la persona que supuestamente vivía en la indigencia, *“ojalá esto siga pasando porque esto significaría que la crisis se está acabando.”* Una de las chicas no se fiaba, pero no de la noticia, sino del pago, porque piensa que la gente no es solidaria, *“esto pasará poco porque la gente que tiene dinero no quiere compartir.”*

6. Conclusiones.

La realización de esta investigación viene motivada por una cuestión, ¿resulta necesaria una pedagogía para los medios?, y por la necesidad de saber el grado de sentido crítico de la juventud ante los medios de comunicación. Por otro lado resultó indispensable saber qué papel ocupan los docentes sobre el uso de las TIC's y las mass-medias en el aula y que tratamiento daban estos a estas herramientas. Es indudable que los medios de comunicación forman parte de nuestras vidas por eso, resulta importante la implementación de las mass-media a los sistemas educativos.

Los centros educativos no pueden olvidar que los medios de comunicación están ahí, junto a la sociedad y mucho menos olvidar el poder de influencia que ejerce en la juventud, por este motivo deben trabajar en crear metodologías que integren las mass-media para dotar a la juventud de sentido crítico, para poder así afrontar el gran impacto que ejerce sobre ellos.

El problema que se ha detectado es que en los centros educativos separan las TIC's de las mass-media, haciendo casi exclusivo el uso de las TIC's como herramienta de la docencia tradicional, cambiando pizarras, libros, lápices... por las Nuevas Tecnologías. Estos centros cuentan con grandes dotaciones de tecnología pero, su uso tiene limitaciones y se da por varios motivos: material obsoleto y estropeado, falta de equipo técnico, el acceso a la red es limitada y docentes con falta de conocimientos orientados a las Nuevas Tecnologías y las TIC's.

Como hemos visto con anterioridad la introducción de los medios de comunicación no deben ser solo conocer cómo se estructuran, ni mucho menos para hacer más ameno y divertido las actividades de lectoescritura. Esta debe ser trabajada desde el global de las asignaturas, abarcando el conocimiento que las mass-medias pueden aportar a los temas trabajados en el aula y que conectan con la realidad en la que se ven inmersos. Sin embargo lo que pasa en los centros educativos es que, cuando se trabaja los medios suele ser en casos puntuales y cuando lo hacen no suelen estar conectados a la realidad. El uso que le dan no sale de lo técnico, con objetivos concretos como, conseguir que su

alumnado mejore en la lectoescritura, haciéndoles escribir un periódico de noticias que no conectan con la realidad.

Un problema añadido es que, los docentes no han sabido adaptarse a las Nuevas Tecnologías, en su mayoría hacen uso exclusivo de software como plataforma para dar sus clases como por ejemplo, usar el Power Point como medio para dar una lección, llenándolos de gráficas que ayudan a guionizar la clase y sirve al docente como apoyo.

Existe una brecha intergeneracional entre los docentes y el alumnado sobre el uso de las Nuevas Tecnologías pero esto no significa que, el alumnado esté en ventaja, porque los jóvenes no hacen un buen uso de estas, con respecto a lo académico los jóvenes no se desenvuelven con facilidad, siendo incapaces de buscar información para la realización de un trabajo.

Los medios de comunicación forman parte de la vida de los jóvenes y esto es porque, vivimos en la Sociedad de la Información que, es capaz de organizar la cultura desde las Nuevas Tecnologías. Estas forman parte de la vida de los jóvenes siendo imposible separar la realidad de las tecnologías de la información

Los jóvenes a pesar de estar inmersos en la Sociedad de la Información, no tienen muy claro qué son los medios de comunicación, son incapaces de dar una explicación global del término. El poco contacto que han tenido con la profundización de lo que son los medios de comunicación, ha sido gracias a actividades escolares que entran en el tópico de la creación de un periódico y sus partes.

Las utilidades que les encuentran los jóvenes a los medios de comunicación son: la utilidad de entretener, la de mantenerlos informados sobre sus gustos y la de conseguir estar conectados con sus iguales.

Sabemos que los jóvenes son los principales consumidores de los medios de comunicación y que de estos imitan, copian y memorizan los modelos que les parecen más atractivos. Se pasan alrededor del total del día interactuando con algún dispositivo, sin ningún tipo de filtro ni control. Consumen las mass-medias dependiendo de sus necesidades y se informarán de todo lo que tenga que ver con sus gustos, censurando lo que no es de su agrado. Además, estos llegan a imitar a sus personajes favoritos tanto en su aspecto físico como en su comportamiento social.

En la sociedad tan apresurada como es, en la que vivimos hoy en día, los padres y las madres no pueden compatibilizar sus horarios con los de sus hijos, permitiendo a estos ocupar su tiempo en consumir algún tipo de medio sin control ni filtro. Además, con la llegada de las nuevas tecnologías, hace que este consumo sea independiente ya que, cada persona perteneciente a una familia media posee al menos un dispositivo electrónico por cabeza, permitiéndoles a cada uno consumir información sin interferir en el consumo de los demás generando así, más incapacidad para saber en qué entretenimientos ocupan el tiempo los jóvenes.

La juventud ha nacido con la virtud de manejarse con las nuevas tecnologías de una manera casi instintiva, permitiéndoles tener la ventaja de saber usarlo mejor que las personas adultas que les rodea. Esto hace que sean ellos los que tomen el mando sobre

todo lo que tiene que ver con las tecnologías, siendo los padres y las madres las que pidan consejo a sus hijos sobre el uso de las Nuevas Tecnologías.

Las intenciones que creen los jóvenes que tienen los medios de comunicación son las de entretener y las de mantenerles informados sobre todo aquello a lo que los chicos chicas les interesa pero, la realidad es que, la intención de los medios es la de construir sus identidades a través de las ideas prediseñadas por el medio que consuman, generando en estos ideas preconstruidas que finalmente transforman en ideas propias.

Los jóvenes al a hora de enfrentarse a una información, no generan ningún espíritu crítico hacia ellas, suelen dar sentido de veracidad y objetividad a las informaciones incluso, cuando la noticias sean falsas, si están acompañadas de un soporte que, generalmente es aceptado por la sociedad, como puede ser un periódico o un informativo televisivo.

Los chicos y chicas no son capaces de identificar los estereotipos que se producen en el mundo de los medios, es más, copian y repiten los estereotipos que fortalecen los personajes de sus series y programas favoritos.

Llegados a este punto vemos que estos son razones suficientes para que deba existir una pedagogía de los medios, para que parta de los centros escolares la educación necesaria para dotar de herramientas, para que podamos enfrentar la subjetividad de la información y así también podamos identificar todos los estereotipos generados por los medios y que afectan a nuestras vidas, culturas, etc. El papel que hay que hacer en los centros escolares es de un carácter importante, en primer lugar el reciclaje del profesorado en cuestiones de didácticas que no separen las TIC's de las mass-medias y mucho menos desconectadas de la realidad en la que vivimos, la Sociedad de la Información. En segundo lugar dotar de medios adaptados a estas nuevas dinámicas y que estas herramientas no se conviertan en la nueva herramienta tecnológica de la educación de ayer. Las dinámicas deberán ser diseñadas para integrar los medios de comunicación, la educación y la familia como el nuevo conjunto sociabilizador de las personas del futuro, para conseguir una sociedad con un sentimiento crítico ante las informaciones que les llega y así poder llegar a ser personas en democracia real.

7. Referencias bibliográficas.

- Bartolomé Crespo, D. (1997). Valores, Contravalores y Sentimientos, Transmitidos por los Medios de Comunicación y su Percepción. *Enseña*. 15. 149-178.
- Castells, M. (1997). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 1. La sociedad red. Madrid: Alianza.
- Competencias del Grado en Educación Social. Recuperado de: http://www.uva.es/export/sites/uva/2.docencia/2.01.grados/2.01.02.ofertaformativagrados/_documentos/edsocpa_competencias.pdf
- Del Moral Pérez, M. E. (1993). La Infancia como Audiencia Televisiva: Problemática y Perspectivas de la Programaciones Infantiles. III Simposio de la Asociación de Investigadores de Comunicación del Estado Español (A.I.C.E.): La Investigación en la Comunicación. A.I.C.E.
- Fernández Fernández, A. (1997). Medios de Comunicación Social. Los Procesos de Comunicación. San Sebastián: Editorial Donostierra.
- Fontcuberta, J. (2010) Oda de un Rey sin piernas. *La cámara de pandora. La fotografía después de la fotografía*. (pp.111-124) Barcelona: GG.
- García Galindo, J A. (1993). Medios de comunicación y universidad. *Comunicar*. 1, 61-67.
- García-Valcárcel, A. (1996) Las Nuevas Tecnologías en la formación del profesorado. Madrid: Narcea
- Lacruz Alcocer, M. (2000): Nuevas Tecnologías para Futuros Docentes. Valencia: Gráficas Llogodí.
- López Pérez, S. (2010). Una aproximación a los estereotipos femeninos de las series estadounidenses de Disney Channel. Universidad del País Vasco.
- Majó, J. y Marqués, P. (2002) La Revolución en la Era de Internet. Barcelona: Praxis.
- Martín Aguado, J. A.; Piñuela Perea y González Diel, (1993) Tecnologías de la información impresa. Madrid: Fragua.

- Martínez-Salanova y Peralta (1998). Educación familiar y sociabilización con los medios de comunicación. *Comunicar 10*. 44-51 recuperado de: <http://www.uhu.es/cine.educacion/articulos/educacionfamiliar-socializacion.htm>
- Morón Marchena, J. A. (1993). La Prensa en Educación Infantil. *Revista Comunica. 1*, 10-16.
- Murduchowicz, R. (2003). El Sentido de la educación en medios. *Revista Iberoamericana de Educación. 36*, 35-47.
- Prado Aragonés, J. (2001): La Competencia Comunicativa en el Entorno Tecnológico: Desafío de la Enseñanza. *Revista Comunicar. 17*, 21-30.
- Rivière, M. (2003). El malentendido. Cómo nos educan los medios de comunicación. Barcelona, Icaria.
- Rocher, G. (1980). Introducción a la Sociología General. Barcelona: Herder.
- Rodríguez Pérez, A (2001). La socialización medial. *Revista Comunicar. 17*, 122-125.
- Taller “Mira los Medios de Comunicación con otros ojos”. Recuperado de: <http://www.centrocp.com/taller-mira-los-medios-de-comunicacion-con-otros-ojos/>
- Taylor y Bogolan (1994) Introducción a los métodos cualitativos de Investigación. Barcelona: Paidós.
- Vera, J. (2001). Influencia educativa de los medios de comunicación social en la sociedad neoliberal. *Teoría de la Educación, 13*, 187-208.