

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL ÁMBITO CURRICULAR

R. Romero Tena, A. Duarte Hueros y J. Cabero Almenara

Universidad de Sevilla

Todo ciudadano de esta sociedad occidental, especialmente de las últimas generaciones, ha vivido, quiéralo o no, con tanta intensidad la influencia de la prensa, radio, televisión y otros medios de comunicación e infoinnación audiovisual, que su vida difícilmente sería explicable sin estos artilugios que han revolucionado el trabajo, el ocio, la cultura, la ciencia, la familia y han configurado, nos guste o no, estemos a favor o en contra, un nuevo mundo. Como llama la atención Masterman (1993 a y b), en la sociedad actual los medios son artilugios significativos que crean otros entornos culturales, de ocio y políticos.

La influencia a la que estamos sometidos a los medios ha sido puesta de manifiesto por diversos estudios. Así Tunstall (1971) calcula que el británico adulto medio, dedica unas 75 horas semanales de media a los principales medios de comunicación de masas: televisión, radio, periódicos y revistas. Ejemplo de lo que comentamos en nuestro país, pueden ser los siguientes: el promedio de tirada diaria de periódicos en nuestro país en 1991 fue de 3.329.244; en el caso de semanarios la tirada alcanzaba los 5.999.852, y en revistas los 16.917.660. Los cinco programas de televisión que más se vieron en 1993 fueron: el partido de fútbol España-Dinamarca (TVE1/17-11/espectadores: 11.954.700), el denominado "Debate decisivo" (Tele5/31-05/ espectadores: 10.518.700), el "Debate" (Antena3/24-05/ espectadores: 9.657.100), "Celeste no es un color" (TVE1/25-12/ espectadores: 9.513.500), y "¿Quién sabe dónde?" (TVE1/24-03/ espectadores: 9.082.700), o dicho en otros términos, un medio tuvo la capacidad de movilizar cerca de 10 millones de persona (Anuario El País, 1994).

Este impacto también lo podemos observar en el aumento de las inversiones realizadas en publicidad. Así en los años 1990-91 y 92 éstas oscilaron respectivamente en: 534.396, 554.706 y 593.101 millones de pesetas.

Como ejemplo de la significación que los medios están adquiriendo en nuestra cultura, podemos comparar los datos anteriores con otros correspondientes a 1980 (Anuario El País, 1994): nos encontramos los siguientes promedios de distribución de periódicos en 1980, de 2.748.483; en el caso de semanarios la tirada alcanzaba los 2.606.589, y en revistas los 7.211.554. Respecto a la inversión publicitaria en 1985 y 1986 las inversiones realizadas alcanzaron los 315.000 y 417.000 de millones de pesetas, respectivamente (Anuario El País, 1988).

Si comparamos algunos de los datos aportados con los expuestos en un trabajo realizado por Martín Serrano en 1992. " El uso de la comunicación social por los españoles", podemos darnos cuenta del impacto y aumento progresivo que los medios paulatinamente van teniendo en nuestra sociedad.

Naturalmente, no es sólo el tiempo que dedicamos a los medios lo que los hace significativos; sino el considerar que éstos son importantes moldeadores de nuestras percepciones e ideas, ya que no sólo proporcionan información acerca del mundo sino maneras de verlo, entenderlo y configurarlo. Una de las teorías y líneas de la comunicación de masas, la teoría del cultivo (Signorielli y Morgan, 1990), insiste en que uno de los efectos de los medios que analizamos, y fundamentalmente de la televisión, es que nuestra exposición progresiva a sus mensajes nos lleva a modificar la concepción de la realidad por otra que es presentada por los medios; en otros términos nuestra exposición progresiva a sus mensajes y efectos cultiva nuestra forma de entender y comprender el mundo. Frente a otras líneas y tendencias de investigación en la Media Effects Research, ésta en vez de preocuparse por modificaciones a corto plazo, se preocupa por los efectos cultivados a largo plazo en

la concepción emocional del individuo de la realidad en la que vive.

Hall (1978), un poco en la línea que comentarnos, indica que el cometido de los medios de comunicación de masas fundamentalmente consiste en dos aspectos básicos:

(a) proporcionar bases sobre las que los grupos y clases construyen la imagen de las vidas, significados, actividades y valores de otros grupos y clases.

(b) proporcionar imágenes, representaciones e ideas en tomo a la totalidad de la sociedad, compuesta por todas esas partes separadas y fragmentadas. Esta es la primera de las grandes funciones culturales de los medios modernos: proporcionar y construir selectivamente el conocimiento de la sociedad.

Esta significación y transcendencia ha influido en que algunos autores hablen de la existencia de una escuela paralela (Porcher, 1976), movilizada y dirigida por estos medios de comunicación social o de masas, escuela que como indica el autor que acuñó el término tiene fuertes influencias sobre los individuos;

"La escuela paralela constituye el conjunto de las vías mediante las cuales, y al margen de la escuela, llegan hasta los alumnos (a quienes no lo son), las informaciones, los conocimientos y cierta formación cultural, correspondiente a los más variados campos" (Porcher, 1976: 5).

Ello nos lleva a asumir desde el principio la posibilidades que estos medios de la cultura de masa poseen para la educación y formación de los individuos que están sometidos a sus influencias. Contemplando todas las críticas que se le han formulado, tampoco podemos olvidar como sugiere Martínez (1992: 56) que:

"Los mass-media son una realidad, su negación no significa su desaparición. Estos medios proporcionan una cultura, pero ésta no puede hacerse con los parámetros que se suele hacer".

O utilizando unas referencias de Eco (1968:40-41) respecto a los mass media: "...se les juzga midiendo y comparando el mecanismo y los efectos con un modelo de hombre del renacimiento, que evidentemente,... no existe ya."

No estamos de acuerdo con posturas radicales y mesiánicas como la expuesta por Masterman (1993 b; 19) cuando llama la atención sobre los efectos perniciosos de los medios de comunicación de masas, planteando estos en los siguientes términos: "Las medios de comunicación de masas son en realidad algo así como una especie de enfermedad contra la que es proteger a los niños. La que los medios infectan es la cultura en conjunto. La cultura común está contaminada por las motivaciones de los anuncios publicitarios, su manipulación y explotación de la audiencia, su corrupción del lenguaje y su oferta de atracciones y satisfacciones fáciles y bajas."

Ahora bien, como se ha puesto de manifiesto a lo largo de la evolución de la investigación en medios de comunicación de masas, los efectos de los medios no son directos sobre los individuos, sino que se dan en una interacción de factores y variables, algunos de los cuales pertenecen al medio, otros al sujeto y otros al entorno cultural donde tal interacción se produce.

Nuestro siglo, como indica Porcher (1976), vio aparecer primero con lentitud y luego en masa, una nueva cultura distinta de la "clasica", siendo una de sus características la entrada en vigencia el término cantidad, producida de acuerdo con las normas masivas de fabricación industrial, difundida mediante técnicas de difusión masiva, y dirigida a una masa social indeterminada.

Esta cultura de masas y medios de comunicación social viene caracterizada por una serie de hechos específicos, que podemos especificar desde una perspectiva general, en los siguientes: cultura

mosaico, el desarrollo de hombre sensitivo, centralización de la producción de la información, multiplicación de las informaciones, inmediatez de la información de sensaciones y emociones, todo es fugaz, empresa económica, desarrollo e implantación de una nueva cultura del ocio, y desarrollo de una nueva filosofía de la vida.

Es una cultura mosaico, es decir, una cultura centrada en que las personas poseamos conocimientos de muchas cosas, en breves momentos de tiempo, pero inconexos entre sí, y al mismo tiempo sin poseer una profundización específica respecto a los mismos, lo que beneficia para que el sujeto al no disponer de información suficiente siempre esté dominado o supeditado de los que poseen y distribuyen la información.

Persigue el desarrollo de un hombre sensitivo, ya que los sistemas simbólicos movilizados y estructurados por estos medios, tienden a impactar antes en el dominio afectivo y emotivo, que en el cognitivo, como ha puesto de manifiesto la teoría del cultivo.

Una de las características básicas de los medios de comunicación de masas es que su producción tiende a estar centralizada y en manos de grupos reducidos de personas. Esta tendencia a centralizar la producción, que ha sido un fenómeno independiente de la ideología del país donde nos movamos, repercute en un monopolio cultural y en una estandarización cultural muchas veces alejadas de las necesidades y gustos de los receptores.

No podemos negar que vivimos en un mundo caracterizado por la multiplicación de las informaciones. Esta no sólo debemos de percibirla por la oferta con que nos encontramos en cada medio específico, baste como ejemplo el número de medios impresos existentes, el número de emisoras radiofónicas, y cadenas de televisión, que si bien es cierto que son mas limitadas que los medios anteriores, también lo es que con la nueva ley de televisión por cable y aérea, el número de emisoras se incrementará notablemente. Ahora bien, lo que también es significativo es la diversidad de medios, y por tanto de sistemas simbólicos y formas de representación de la realidad por medio de los cuales podemos acceder a la información, estos pueden ir desde los medios impresos, hasta los audiovisuales, sin olvidar las posibilidades que las nuevas tecnologías de la información y comunicación, como la CD-ROM o la fibra electrónica abren para la adquisición e interacción individual con la información, en lo que se está llegando a llamar superautopistas de la comunicación.

Todo viene caracterizado por un parámetro de referencia, la inmediatez, es más si una noticia no es inmediata, o no es noticia, o ya no tiene sentido para el receptor. No podemos obviar que en el momento histórico en que nos ha tocado vivir resulta fácil acceder a lo que está pasando en el resto de mundo, el número de satélites de comunicación que rodea en la actualidad al mundo es bastante elevado; por citar algunos de los satélites de comunicación nos encontramos con Hispasat, Futelsat, Intelsat, Astra y France Telecom, con diferentes emisiones que llegan a nuestro contexto: Canal Clásico, Teledporte, Tele sat 5, Antena 3 sat, Canal 31, TV5 Europa, NBC Super Channel, Euronews, Deutsche Welle, MTV, CNN, Cartoon Network, Discovery Chanel...

Otra de las características es la fugacidad con que se generan y se desarrollan las noticias y los acontecimientos, ahora bien, ello es necesario por la propia exigencia del medio, que requiere que el individuo no se detenga mucho en algunos aspectos, para rápidamente presentarle otros hechos y acontecimientos nuevos.

Los medios de comunicación de masas no sólo desempeñan funciones informativas, formativas y de entretenimiento, como tradicionalmente se les han asignado, sino que en la actualidad se han convertido en un nuevo sector económico con grandes posibilidades de desarrollo y expansión. Sectores que desde ciertas perspectivas tratan de presentarse no sólo como elementos productivos en si mismos, sino también como empresas con valor añadido por sus repercusiones en el progreso y la dinamicidad de la sociedad.

Además de crear nuevos sectores económicos, esta cultura de masas ha impulsado el desarrollo de una nueva cultura del ocio, esta nueva cultura que nos hace que todo gire alrededor de diferentes medios, sobre todo del televisivo, de manera que refuerza consciente e inconscientemente el posible efecto e impacto que los medios puedan alcanzar. Dejémosla aquí solamente apuntada, ya que posteriormente retomaremos el comentario.

Esta cultura potencia y desarrolla sin lugar a dudas una nueva filosofía de la vida. Que para Santos Guerra (1984:48-50) la especifica en las siguientes grandes características filosóficas: del éxito, de la competencia, de la cuantificación, de la utilidad, del individualismo, del consumo, de la apariencia, de la prisa, de la provisionalidad, de los sentimientos y de la posesividad. A ellos podríamos añadirle la de la rapidez y la homogeneización de los valores culturales e ideológicos. Estas características nos lleva a un nuevo tipo de hombre, que de nuevo para Santos Guerra (1984: 54-69), vendrá marcado por las siguientes grandes características: sensitivo, engrandecido, "radar", planetario, comunicacionalmente pasivo, estándar, intelectualmente intuitivo, extravertido, superficialmente implicado, subjetivo, informático, y telespectador.

1. ALGUNAS IDEAS HISTÓRICAS SOBRE LA EVOLUCIÓN DE LA EDUCACIÓN SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Quizás de las críticas más importantes que se le hace a nuestro Sistema Educativo en los últimos años es que los objetivos y contenidos que reciben los alumnos apenas sirven para enfrentarse a las exigencias y acelerado cambio de la vida social moderna. Sin lugar a dudas, uno de estos aspectos es la formación que los alumnos reciben para poder enfrentarse al mundo de la imagen, al mundo de los medios de comunicación de masas. Al respecto, Masterman (1993b: 16-17) uno de los autores más representativos de la educación audiovisual y la formación de los alumnos en materia de medios de comunicación, especifica seis razones que hacen necesaria y urgente tal tipo de formación:

"1. - El elevado índice de consumo de medios y la saturación de estos en la sociedad contemporánea. 2. - La importancia ideológica de los medios y su influencia como empresas de concienciación. 3. - El aumento de la manipulación y fabricación de la información y su propagación por los medios. 4. - La creciente penetración de los medios en los procesos democráticos fundamentales. 5. - La creciente importancia de la comunicación e información visuales en todas las áreas. 6. - La importancia de educar a los alumnos para que hagan frente a las exigencias del futuro."

A ellas nosotros le incorporaríamos otra, como es la necesidad de formar a los alumnos en uno de los instrumentos culturales de nuestra sociedad contemporánea para saber expresarse por dichos medios.

Partiendo de estas referencias y necesidades intentaremos hacer un recorrido por la historia, que como puede imaginarse el lector debe de ser breve por fuerza. Ya a finales del S. XIX cuando los ingresos por publicidad y no por el pago de los lectores, se convierte en la base de la financiación de los periódicos, es decir desde el momento en el que la financiación es sobre todo mediante la publicidad, nace lo que podríamos considerar como la prensa moderna y todas las técnicas enfocadas a enganchar y mantener la atención de la audiencia. Es aquí cuando la enseñanza de los medios se convierte en una enseñanza contra los medios. Se consideraba que el carácter manipulador de los medios iba en contra de los valores de la auténtica cultura que tenía la literatura. Se decía que los medios infectaban a la cultura en conjunto, por la contaminación que desprendían las motivaciones de los anuncios publicitarios, y sobre todo la corrupción del lenguaje. Los medios constituyen un problema ya que producen una cultura falsificada que amenaza la cultura. Es la época del denominado paradigma vacunador.

A principio de los años sesenta la nueva generación de profesores influenciados por la cultura popular y sobre todo por la Nueva Ola francesa centrada especialmente en el cine; hace que se plantee el capacitar a los alumnos a discriminar no en contra de los medios sino entre ellos; es decir, a establecer pautas formativas que lleven al alumno a discriminar entre obras audiovisuales, estéticas

y con cotas razonables de creatividad y valor cultural, de meras informaciones presentadas en material fotoquímico, en otros términos entre unas películas consideradas malas y unas buenas. A pesar de este intento todo fracasa por tres razones fundamentalmente: por una lado la enseñanza audiovisual seguía siendo proteccionista, a la vez no había un criterio comúnmente aceptado para evaluar los medios y además existían dudas sobre si era apropiado aplicar los principios estéticos a una gran variedad de productos audiovisuales. Este período refleja el llamado paradigma del arte popular.

Pero ya en los últimos años de la década de los setenta los profesores de medios empezaron a conectar la realidad de sus propias preocupaciones en clase con ideas estructuralistas especialmente procedentes de la semiótica, a darle importancia a las cuestiones de representación. Consideran a los medios como ventanas en el mundo. El poder que los medios tenían para ver con la naturalidad la imagen y la tendencia de los medios a hacer pasar como naturales mensajes codificados y elaborados. Con estas aportaciones se produce un cambio radical en los objetivos didácticos, en la metodología del aula y en el entendimiento por parte de profesores y alumnos de lo que constituía el conocimiento. Esto descentró al profesor ya que lo que Paulo Freire condenaba con el concepto "Bancario" de la educación según el cual los profesores depositan la información en unos alumnos ignorantes, no parecía que pudiera aplicarse a la enseñanza de los audiovisuales. La información que circula por la clase la proporciona los propios medios de esta forma el alumno comenzará a controlar su propio aprendizaje y a tener su propio criterio independiente.

Para la solución de tales problemas y la formación en estos aspectos. se han propuesto diferentes perspectivas que van desde la afirmación de Greenaway (1993), que con un cierto sentido mesiánico considera que la educación audiovisual es lo más importante de la educación contemporánea, pues tanto el profesor como el alumno se benefician por igual de los programas de alfabetización en los medios. Hasta posturas de incluirlas como materia específica de enseñanza-aprendizaje, hasta incluirla en las diversas parcelas de contenidos que se pueden presentar a los estudiantes.

Se hace necesario romper el círculo y cambiar los esquemas de enseñanza tradicionales estimulando la creación de un ambiente donde se desarrolle la enseñanza de una manera más activa y atractiva tanto para los profesores como para los alumnos. Un ambiente en el que se estimule el trabajo en grupos, la creatividad, la imaginación, la cooperación entre alumnos y de éstos con sus profesores, que propicie una formación más humana.

Se afirma que el atractivo de estos medios radica precisamente en su novedad, y que cuando pierden ese carácter de novedoso decae el interés por los mismos siendo absorbidos sin más por la inercia del sistema educativo. ¿Por qué no aprovechar el carácter de novedad que tiene un medio como catalizador en el proceso de enseñanza-aprendizaje?. En todo caso, los resultados obtenidos dependerán fundamentalmente de la manera de utilizar los medios, más que de los propios medios en sí. Algunas experiencias pretenden crear entornos de enseñanza-aprendizaje en los que se potencie la imaginación, la creatividad, discusión crítica, la cooperación etc,... esto produce un cambio de actitudes respecto a la educación tanto en los alumnos como en los profesores facilitando el aprendizaje significativo y su crecimiento humano. Ejemplo de ello es la investigación llevada a cabo por Vega y otros (1994) que utilizaron los hipermedia sobre diferentes temas de Física Médica en donde trabajaban cooperativamente alumnos y profesores en grupos reducidos (ver Gráfico N0 1). Las conclusiones a las que llegaron fueron que la asignatura se hace más amena, más fácil de aprender y más relacionada con lo que nos rodea; el trabajo en grupo ha sido muy positivo y ha permitido el conocerse mejor, ser más crítico con el trabajo propio y el de los demás, ha despertado la creatividad de cada uno, y además se han elaborado hipermedias de un gran valor didáctico para el resto de los compañeros.

2. LA ENSEÑANZA DE LOS MEDIOS

Es importante considerar el hecho de que los medios de comunicación social influyen tanto en el

nivel consciente como en el inconsciente del receptor, provocando cambios que inciden directa e indirectamente en los valores de la sociedad en general. En el caso de los alumnos y alumnas, la información que sobre el patrimonio cultural reciben a través de los medios de comunicación social supera en más del doble a la que reciben en el aula. La influencia de estos medios da lugar a un nuevo alumnado que aparece como receptor involuntario de una información que se da fuera del aula, cuya estructura puede caracterizarse como inmediata, no lineal y fragmentaria. La educación en medios de comunicación puede dotar a los alumnos de instrumentos para que puedan ser transmisores de su propia información, ejercer el derecho a la libre expresión, a la vez que se irán formando en un espíritu crítico y participativo.

Como puso de manifiesto Rodríguez Diéguez (1988:133):

"Comunicación y enseñanza son parte de una misma realidad. Una realidad que supone la inclusión del concepto de enseñanza en el más amplio de comunicación. Enseñar es siempre comunicar, pero no siempre la comunicación es enseñanza".

Abordar un planteamiento comunicacional para intentar conceptualizar el medio de enseñanza supone asumir como premisa que la enseñanza es un proceso de comunicación. Tanto si la enseñanza se examina desde los modelos de técnicos de la Teoría de la Comunicación como si se examina desde los modelos de comunicación humana de la Teoría Lingüística, el proceso de enseñanza incorpora los elementos fundamentales e imprescindibles para que pueda ser considerado como proceso de comunicación. Siguiendo a Rodríguez Diéguez (1982) la enseñanza es un proceso de comunicación específico porque la intencionalidad que rige todo proceso comunicativo, en el caso de la enseñanza, tiene un carácter perfectivo y se enmarca en un contexto institucional controlado (Gráfico N°2 disponible en el documento impreso)

Comunicarse, por tanto, no es solamente recibir mensajes. Es preciso saber enviarlos. Difícilmente podremos decodificar correctamente un mensaje si no sabemos emitir ningún comunicado según los códigos precisos. Lo que Cloutier llama "la era de Emerec", es decir la posibilidad de que el receptor de medios se convierta en emisor de mensajes mediados; es decir, la posibilidad que los soft-media aportan frente a los mass-media:

" Se trataría de incorporar a la escuela técnicas metodológicas que enseñaran a seleccionar, que permitan enseñar a aprender. Esta nueva orientación debería llevar aparejado un profundo reciclaje del personal docente y una apertura al mundo de la comunicación" (García, 1993).

Hemos de entender el recurso instrumental que proporciona a los alumnos una experiencia indirecta de la realidad que implica tanto la organización didáctica del mensaje que se desea comunicar como el equipo técnico necesario para materializar el mensaje. El matiz diferenciador (proceso de comunicación y medios de enseñanza), junto con la intencionalidad perfectiva implícita en la comunicación de enseñanza, nos permite intuir y nos orienta hacia la consideración de que el medio de comunicación y el medio de enseñanza pueden ser dos realidades distintas aunque muy próximas. Es decir, en ambos el hardware puede ser el mismo, pero el software cambia por la especificidad perfectiva y la organización didáctica que posee el mensaje de enseñanza; por tanto la identificación que presumíamos anteriormente queda matizada por uno de los elementos del proceso de comunicación: el mensaje. De la comparación se deduce que la diferencia entre ellos se centra en la distinta forma de organizar el mensaje por transmitir. No hay duda de que el mensaje transmitido por cualquier medio de comunicación tiene que estar previamente organizado para que los receptores o destinatarios puedan percibirlo como un texto coherente.

La realización de diversas experiencias curriculares de educación de los medios a nivel internacional (Aguilar y otros, 1992; Bazalgette y otros, 1992), nos permiten obtener algunas conclusiones, provisionales por supuesto, que pueden servirnos como grandes marcos de referencia a la hora de poner en funcionamiento prácticas y alternativas de la formación en medios de comunicación. Así,

en Estados Unidos, por ejemplo, se ha enfocado desde varias perspectivas:

(a) Currícula para el aprendizaje y análisis crítico de la TV empleando lecciones escolares que incluyen vídeos con secuencias de programas televisivos así como material impreso e ilustrado. Se utilizaron ocho lecciones con una duración de 40 minutos: Introducción a TV, Realidad y fantasía en la TV, Efectos de la cámara y efectos espaciales, Comerciales y negocios televisivos, Estereotipos en TV, Violencia y Agresión, Cómo pueden los espectadores influir en TV. Los resultados mostraron un incremento significativo de la TV en el grupo experimental en relación con el de control.

(b) El currículo sobre la enseñanza de TV para niños pequeños. Es una simplificación del anterior con 6 lecciones poniendo más énfasis en los aspectos relacionados con el pensamiento visual y concreto, se utilizaron videoclips de 3 minutos de duración.

(c) Currícula industrial y de proceso para la formación de habilidades de exposición crítica; se pretende decrementar el grado de realidad con que los niños perciben los programas de TV e incrementar las habilidades de análisis del niño mediante la comparación del contenido televisivo con información de otras fuentes.

(d) Estrategias de generación de preguntas de comprensión para el aprendizaje de contenidos televisivos a través de comentarios explicativos y escalas de preguntas destinadas a mejorar la comprensión de mensajes audiovisuales. Los resultados sugieren que cuando se incrementa la conciencia del espectador respecto del contenido y cantidad de información incluida en el programa televisivo, y se proporcionan estrategias para procesar esa información los sujetos se vuelven más selectivos y demandan mayor calidad en los programas que ven.

(e) Estrategias de aprendizaje de contenidos televisivos empleando mediación de adultos y cambio de actitudes.

En Israel se han llevado a cabo a través de estrategias de discusión, análisis y experiencia personal aplicadas al análisis crítico de noticias. Este estudio demostró la posibilidad de modificar actitudes de los adolescentes hacia los medios mediante estrategias adecuadas (los métodos de análisis fueron casi dos veces más exitosos que el método de experiencia real y juego de roles). En Chile se llevó a cabo a través de la elaboración de un currículum que partió de un marco psicopedagógico desarrollado por educadores, comunicadores y teólogos.

En general de todas estas experiencias se puede concluir que hay que: (a) Elaborar estrategias de aprendizaje que favorezcan tanto la adquisición de conocimientos sobre medios y mensajes, como la modificación de actitudes y comportamientos sobre medios, y la gradual toma de conciencia de los sujetos frente a los usos que hacen de los mensajes masivos. (b) Elaborar objetivos educativos específicos para cada una de las unidades o módulos que integren el currículum. (c) Sistematizar y detallar la secuencia metodológica del currículum previamente al desarrollo de este último. (d) Diseñar estrategias acordes con el nivel de desarrollo y aprendizaje de la población destinataria. (e) Elaborar una estructura curricular flexible que permita un cierto grado de transformación e interpretación por parte del conductor de grupo.

Vemos como la utilización doméstica de las nuevas tecnologías por parte del niño rompe el protagonismo educativo de la escuela y de la familia. La educación ya no es algo que se adquiere fundamentalmente en la escuela. La incidencia de los medios de comunicación en la transmisión de información es cuantitativamente muy importante y cualitativamente muy significativa. De ninguna manera podemos aislar la educación impartida en la escuela de esta influencia educadora de la pantalla del televisor o de la pantalla del ordenador, juegos electrónicos, vídeo interactivo etc... La educación que finalmente recibe el niño es un todo en el que la interacción entre conocimientos adquiridos en la escuela e informaciones transmitidas a través de diversas pantallas se puede complementar o interferir.

La utilización de diversos medios de comunicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje no sólo es factible sino también deseable; pero su utilización no los convierte en medios de enseñanza, sino en recursos o estrategias o incluso en complemento de enseñanza, pudiendo facilitar un mejor proceso de enseñanza-aprendizaje, en tanto en cuanto pueden facilitar la ampliación del campo de explicación docente. No los convierte en medios de enseñanza porque el mensaje que transmiten no sigue la estructura intrínseca propia del mensaje didáctico; es decir, estar elaborado sobre un código y lenguaje didáctico y organizado didácticamente y cuya intencionalidad es perfecta. Este planteamiento requiere la planificación didáctica conveniente y pormenorizada del acto didáctico, de tal forma que exista una estrecha coordinación y organización entre los medios de comunicación y las características de los medios de enseñanza, así como con la naturaleza del contenido a transmitir para que se perciban como espacios textuales coherentes intrínseca y extrínsecamente; es decir, consiste en proporcionar a los discentes espacios de aprendizaje. Los medios de comunicación pueden convertirse en medios de enseñanza desde el mismo momento en que su manipulación permita la conversión de cualquier mensaje en un mensaje didáctico que permita la representación y expresión de contenidos curriculares.

El hecho de exponer a nuestros alumnos/as de forma consciente y planificada a un cambio continuo de códigos simbólicos, ya sea en el momento de codificar o decodificar los mensajes, está propiciando operaciones mentales abstractas y complejas que favorecerán en general los procesos cognitivos.

Por otro lado se suele producir en el alumno una cierta fascinación por la tecnología, y entonces ésta ejerce una gran influencia sobre los comunicadores, pero más que por su utilización real, por su versatilidad potencial. La tecnología nos deslumbra por sus capacidades potenciales, más que por sus usos reales.

En el ámbito educativo es preciso señalar que la inadecuada utilización de estos medios puede provocar efectos negativos. Tanto el tecnicismo a ultranza como el uso de los recursos de forma residual, no integrado en la práctica habitual o el rechazo total de los mismos (con justificaciones como el hecho de estar de moda o tener que usar todo lo que se envía al centro) es contraproducente. Es igualmente inadecuado esperar que determinado material resuelva las dificultades de los alumnos, careciendo de una evaluación previa de las necesidades, el estudio de las prestaciones de aparato y su adaptación a los objetos deseados. La utilización exhaustiva e inadecuada de los recursos técnicos puede llevar al alumno a cierto pasivismo no esforzándose en ejercitar determinados procesos mentales o desarrollar habilidades de forma autónoma, en lugar de ofrecerle una ayuda, estamos limitando sus posibilidades. De ningún modo se puede pretender que la máquina sustituya al profesor, los recursos a los que nos hemos referido son, en todo caso, instrumentos compensadores de hándicaps y facilitadores para el alumno de experiencias de aprendizaje compartidas con el profesor y sus propios compañeros.

3. LA ENSEÑANZA DE LOS MEDIOS EN LA REFORMA EDUCATIVA

En los últimos años, el Sistema Educativo español ha comenzado por dar sus primeros pasos, para ir incorporando los medios de comunicación en el currículum escolar a través de la legislación, programas, publicaciones, formación del profesorado, investigaciones, etc... Claro ejemplo de lo que comentamos son los Programas Prensa-Escuela aparecidos tanto a nivel nacional, como en las diferentes Comunidades Autónomas.

El desarrollo de la LOGSE plantea la necesidad de un plan de elaboración de materiales curriculares adecuados a los principios y orientaciones pedagógicas de la misma. Estos materiales deberán responder a distintas finalidades y utilizar diferentes soportes tecnológicos, como materiales con diversos objetivos (materiales orientativos de los Proyectos Curriculares de Centro, para la formación reglada y cursos de reciclaje, para el tratamiento de las temas transversales, para la fundamentación curricular, referidos a la Cultura Andaluza, etc.) y en diferentes soportes y con el

empleo de nuevas tecnologías. Materiales didácticos, en definitiva, que otorguen a los profesionales de la enseñanza orientaciones y ejemplificaciones útiles y paradigmáticas en relación con el marco que definen los diseños curriculares de nuestra Comunidad Autónoma (Andalucía).

Los materiales didácticos, y en especial los vídeos, pueden situarse con frecuencia en clave transversal. Una de las pretensiones de las transversales, es precisamente, romper las áreas académicas y acercar la sociedad al aula. Estas formas de tratar los temas corren paralelamente al modo de expresión que tienen los audiovisuales; es decir, integran en un mismo mensaje diferentes naturalezas de conocimientos, contrastan diferentes áreas de conocimientos, presentan el problema con todas sus dimensiones.

La transversalidad de la Comunicación Social y su adecuación como recurso de aprendizaje y técnica de trabajo demanda aún una mayor implicación de la comunidad educativa y el mundo de los medios de educación.

Además por todos es conocida la preocupación por una educación integral de la persona que esté presente en todos los planteamientos pedagógicos, sin embargo, en la práctica, el sistema educativo se ha centrado con frecuencia en aspectos académicos y disciplinares, olvidando otros planteamientos y perspectivas globales y directamente relacionadas con la vida diaria. A la hora de organizar el conjunto de contenidos existía la alternativa de hacerlo en torno a las ciencias, como ha sido habitual hasta ahora, o hacerlo en torno a cuestiones "más vivas" que conectasen mejor con la experiencia del alumnado y lo que puede encontrar en su entorno, en los medios de comunicación y en su propia experiencia personal. Esta decisión de organizar las áreas, vertebrando los contenidos en torno a las ciencias, no niega ni permite olvidar la existencia de otras perspectivas cada día más vivas en la sensibilidad colectiva pero se llegó a la conclusión de que no debían convertirse en nuevas áreas de aprendizaje, sino que han de ser principios didácticos que den carácter a todo el currículo, así surge la idea de las líneas transversales al currículo como dimensión siempre presente en la toma de decisiones respecto de cualquier elemento curricular.

Estas líneas no tienen por qué aumentar los contenidos educativos que se proponen en las áreas lo que sí implican es una nueva forma de ver relacionados contenidos distribuidos en distintas áreas que adquieren un peso específico distinto del conjunto. Las líneas transversales incitan a toda la Comunidad Educativa a reflexionar sobre la posición que mantiene respecto a los valores y actitudes que manifiestan y transmiten a su alumnado, también pueden ser uno de los hilos conductores para dar un enfoque globalizador o interdisciplinar a determinados contenidos que se imparten en diferentes áreas.

Lo que sí en cualquier caso parece evidente es que las líneas transversales al currículo han de tratarse en tres niveles básicos: (a) Nivel teórico, que permita conocer la realidad y sus elementos (conceptuales, procedimentales). (b) Nivel personal, donde se analicen los comportamientos y actitudes personales y se sometan a un análisis crítico. (c) Nivel social, en el que se consideren valores y compromisos. Las transversales y las áreas no son antagónicas ni se encuentran en constante enfrentamiento, sino más bien se necesitan mutuamente. Un área aporta la estructura lógica del conocimiento del que se tendrá que realizar la selección cultural de los contenidos curriculares, pero su estructura lógica en la mayoría de los casos, no se relaciona con la estructura psicológica del alumno, fundamentalmente en los primeros niveles.

4. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL CURRÍCULUM

Los medios audiovisuales constituyen un recurso más a utilizar en la consecución de los fines y objetivos de la educación científica y tecnológica. Como introducción a un determinado tema o unidad didáctica, es decir, aprovechando su potencial motivador, como visionado de un programa relacionado con el tema a trabajar antes de comenzar a ser trabajado, como ilustración de un tema o de determinados aspectos de un tema ya trabajado. Como elemento de contraste con el que se

comparan determinados trabajos o aspectos o partes de un trabajo determinado. Como elemento de aproximación a la realidad de un tema determinado que pudiera ser excesivamente abstracto o teórico para los alumnos. Como fuente de consulta. Cualquier tipo de contenido puede ser apoyado por medios audiovisuales, sólo los contenidos actitudinales son especialmente susceptible de ser trabajados.

El objetivo principal se aporta a la práctica escolar al conseguir en el alumnado desarrollar la capacidad de acceder a los medios de comunicación social de forma responsable y crítica. Sirve de aportación e impregnan las propuestas de enseñanza-aprendizaje de cada área. Las capacidades que pueden desarrollar son:

- (a) Aprender a decodificar y codificar mensajes referidos a prensa, radio y televisión, desde una postura crítica responsable.
- (b) Ser capaces de percibir de forma crítica la publicidad y de comprender la influencia que ejerce tanto en las personas en el plano individual y grupal, como en los mismos medios.
- (c) Tomar conciencia de los valores que se transmiten a través de los medios de comunicación social.
- (d) Conocer la influencia de los medios de comunicación en la opinión pública y las personas-grupos que ejercen ese poder.

El alumnado tiene que llegar a saber utilizar los medios de forma responsable y crítica para lo que tendrá que conocerlos. Esta línea transversal ofrece a las distintas áreas unos campos de aprendizaje susceptibles de ser incorporados a ellas. Así, los contenidos fundamentales rondan en torno a:

- (a) Los productos para la comunicación: Tecnología (procesos tecnológicos para la realización de un periódico, de un programa de radio o de TV...) Procesa-miento de la información (agencias, periodismo de calle, enviados especiales, corresponsales ...). Lenguajes y códigos de los medios (visual, oral, escrito, audiovisual ...). Géneros periodísticos y sus características en los distintos medios (noticia, reportaje, entrevista, artículos, teatro, telenovelas...). Formato de presentación en los distintos medios (diarios, revistas, anuarios, noticieros...). Distribución de espacios y elementos dentro de un programa o de una publicación periódica y su influencia en el mensaje. Información y opinión
- (b) Influencia de los medios en la sociedad: valores que transmiten, potencian, marginan y/o combaten. Estrategias de los medios para crear corrientes de opinión, manipulación de la opinión pública. Responsabilidad de los países y de los dueños de los medios de comunicación en la colonización cultural. Consumo, consumismo y consumerismo y medios de contemplación. La publicidad y sus influencias,
- (c) Derecho a la información.
- (d) La empresa periodística (prensa, radio y TV) desde el punto de vista: Organizativo (organigrama, profesiones, acceso al mundo laboral...). Empresarial (proceso de fabricación, distribución, comercialización, venta, publicidad y marketing). Económico (propiedad de los medios, relaciones con otras empresas, costes de producción: coste papel, reciclado del papel, reparto del espacio de emisión).

En el Proyecto Curricular de Centro se planificarán los aprendizajes sobre los medios de comunicación que se abordarán en cada ciclo de la etapa, asegurando que al final de la enseñanza obligatoria, los alumnos y alumnas lleguen a alcanzar las capacidades que se proponen.

Para ello, y dentro del marco metodológico general, el centro, deberá elegir y planificar las actividades más apropiadas a los alumnos y alumnas y al medio que se quiera trabajar. Como línea transversal que es, no se trata de hacer otra área específica con los medios de comunicación, lo importante es que sea un tema presente en las otras áreas para que así impregne el currículo.

La forma de abordar el trabajo puede ser variado, a modo de ejemplo citaremos varios proyectos que permiten trabajar de forma interdisciplinar o bien que dan ideas para que desde cada área se aborden los aspectos que el equipo de profesores/as considere más adecuado. No hay que olvidar que al hacer la programación de aula, bajo el mismo proyecto, hay que diseñar diferentes actividades que permitan trabajar de acuerdo a las características de cada grupo de alumnos y alumnas en general y de cada alumno/a en particular.

(a) Hacer un periódico/revista, de aula, etapa o centro, un programa de radio o de televisión (para lo que los alumnos/as tendrán que aprender a codificar y decodificar los mensajes de los diferentes medios; diseñar y repartir los espacios; organizar el trabajo en equipo; buscar información, contrastarla, calcular los costes de producción, etc.). Este proyecto puede integrar aspectos del área de Lengua, del área de tecnología (interpretación de procesos, técnicas de producción, diseño, diagramación, manipulación y confección del periódico...); los contenidos de las noticias, reportajes, pasatiempos etc... se pueden referir a conceptos, procedimientos o actitudes trabajadas en otras áreas.

(b) Definir la ideología de un medio de comunicación (además de conocer la prensa, radio y televisión en general, deberán conocer: quiénes son los dueños de los medios, línea editorial que tienen, tipo de publicidad que insertan etc.... así como aprender a leer críticamente todos los mensajes).

(c) Hacer el seguimiento de un tema en diferentes periódicos y revistas y/o en diferentes medios de comunicación. El abanico de temas puede ser muy variado: que tengan que ver con la ecología (deforestación, lluvia ácida, etc.), con el consumo (la vivienda ofertas-demandas), con las ciencias sociales (conflictos bélicos, relaciones internacionales, etc...), matemáticas (recopilar juegos matemáticos de los suplementos semanales de diferentes periódicos...), salud (drogas, enfermedades...).

También se podría plantear algunas ideas orientativas para las etapas educativas de el nuevo sistema educativo recogidas en los Diseños Curriculares Básicos:

INFANTIL.- En la sociedad actual, los pequeños reciben gran número de estímulos e informaciones a través de los medios de comunicación: (a) Conocer los instrumentos que vehiculan la lengua escrita (libro, revista, periódico, cuento...). (b) Conocer los distintos medios de comunicación (televisión, prensa, radio...). (c) Conocer el papel de los medios de comunicación como instrumentos para el ocio y como difusores de acontecimientos sociales.

PRIMARIA.- Es importante destacar el papel de la radio, el magnetófono, la televisión, el vídeo, etc... como instrumentos que permiten exponer el alumnado a nuevos estímulos difíciles de obtener de otra manera dentro del aula, como sistema de registro que posibilite una reflexión crítica sobre las propias producciones. El ordenador puede ser una herramienta muy útil en actividades relacionadas con la producción estructurada de textos y su manipulación también se puede utilizar como medio de acceso a distintas fuentes de información. Algunos ejemplos en el Diseño Curricular Base:

(a) Deben aprovecharse diferentes fuentes de información que sean accesibles por los alumnos, tanto procedentes del entorno -recursos humanos, instituciones, instalaciones de todo tipo- como vinculadas a las diversas tecnologías de la información -vídeo, prensa, magnetófono, cine, ordenador- sin olvidar la presencia y el uso de una bibliografía variada que no tenga por recurso primordial el uso de un único libro de texto.

(b) Conocimientos de los medios de comunicación de masas: prensa, radio, TV, cine, vídeo, telemática, satélites; las noticias, la información, la publicidad y el consumo; la información a través de la imagen, el ordenador.

(c) Actitud crítica ante la promoción del consumo masivo de productos mediante la publicidad.

(d) Elaboración de informaciones para ser comunicadas utilizando diferentes tipos de medios (periódico, cómic, guión radiofónico, etc...).

SECUNDARIA I.- Aquí se trabajará el considerable desarrollo de los medios de comunicación y su creciente poder de control e influencia sobre la información y los estados de opinión hacen insoslayable una formación específica del alumnado en el manejo-crítico de la información. Ejemplos. D.C.B:

(a) Analizar el lenguaje de los anuncios teniendo en cuenta sus diferencias.

(b) Conocer el papel que desempeñan los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información en las sociedades democráticas y su papel en la creación y canalización de las opiniones colectivas.

(c) Destacar la contribución del área de Geografía, Historia y Ciencias Sociales al desarrollo de capacidades relacionadas con el uso de la información. En el mundo actual, el manejo crítico de la información y de los medios que la canalizan y la procesan, en especial los relacionados con las denominadas nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.

(d) El empleo del ordenador para la enseñanza de la Geografía, Historia y Ciencias Sociales es un recurso didáctico relativamente reciente que ofrece numerosas aplicaciones, especialmente en relación con el aprendizaje de los procedimientos que en el área se han agrupado en torno al tratamiento de la información y la causalidad múltiple.

SECUNDARIA II- En esta etapa parece mejor tender un puente reflexivo y práctico entre lo que ofrecen estos medios y los aprendizajes que adquieren en las aulas; muchas veces, en aquéllos las relaciones están prefijadas, se oculta lo que no se desea mostrar, se ofrece un producto seductor y acabado y no se ofrece el proceso de elaboración. Analizados y comentados estos usos sirven como irrenunciables instrumentos de reflexión. Ante la insistente presencia de los medios de comunicación de masas los actuales aprendizajes deben tener en cuenta no sólo la realidad, sino la interpretación que otros ofrecen de esa realidad. La educación en esta etapa debe ayudar a que el consumidor pasivo de los diferentes lenguajes se convierta en un emisor creativo. Aquí no se trata solamente de que como individuo sea capaz de integrarse de manera útil en la sociedad, sino que pueda responder a los interrogantes que le plantea la vida, de ahí que haya que lograr una interacción entre la escuela y la comunidad.

Los materiales audiovisuales en Lengua y Literatura, por ejemplo, tienen como objetivo y contenido el que aprendan a diferenciar y leer los diversos mensajes de la imagen, la música y el gesto, ya que conforman otra manera de comprender y expresar la realidad, las aportaciones provienen tanto de los contenidos y características propias de los distintos mensajes, como de la dinámica de discusiones y debates que se pueden generar en el aula:

(a) Reconocer y analizar los elementos y características de los medios de comunicación (prensa, radio, televisión...) desarrollando actitudes críticas ante sus mensajes y valorando la importancia de sus manifestaciones en la cultura contemporánea.

(b) Análisis y exploración de las posibilidades comunicativas de algunos medios de comunicación (prensa, radio, televisión...).

(c) ...Además se buscará un tipo de propuesta que tenga en cuenta las aportaciones audiovisuales e informáticas y el aprendizaje por descubri-miento, que favorezcan las técnicas de trabajo autónomo y en equipo...

(d) La prensa periódica ocupa un lugar especial en este área como material de análisis, reflexión y comentario lingüístico y cultural en general.

El problema principal con que se enfrentan quienes quieren desarrollar el estudio de los medios en las escuelas consiste en que uno de los supuestos fundamentales tropieza frontalmente con la comprensión normal que muchas personas tienen de los medios como grandes proveedores de experiencias no problemáticas. Es justamente la razón por la que los medios tienen una importancia ideológica tan enorme y por la que la educación audiovisual es necesaria tanta urgencia. Tienen la capacidad, mucho más importante, de proyectar estos acontecimientos como naturales y auténticos, sencillamente como parte de la manera de ser de las cosas.