







CUESTIONES CLAVE







Introducción

La comunicación y la educación no pueden seguir existiendo, del modo tradicional, como ámbitos totalmente separados. La sociedad de la información ha puesto en evidencia la necesidad de que ambos mundos, el educativo y el comunicativo, se aproximen y se relacionen. Para ello se necesita una acción concertada entre los diferentes actores que participan en ambos mundos.

La concertación tiene que partir de la comprensión profunda de los valores y actividades que son comunes y de un reconocimiento mutuo de los actores que participan ellos.

Una escuela, o una institución educativa, es una entidad que comunica, transmite y proporciona orientaciones, códigos y lenguajes.

Un medio de comunicación es, por su parte, de alguna manera, un sistema que conduce el saber de su propio público. Ejerce además tal grado de influencia, especialmente en los más jóvenes, que su acción puede denominarse, de alguna manera, educativa informal.

En consecuencia, la educación y la comunicación están obligadas a entenderse.











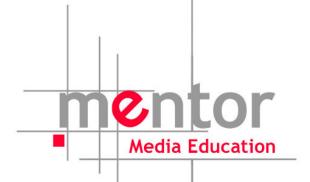


Objetivos

Esta guía pretende llamar la atención sobre la importancia de la conexión entre comunicación y educación, y sobre la necesidad de concertación entre comunicadores y educadores. Lo que puede resumirse en una demanda: promover la educación en medios.

Para ello, deben perseguirse los siguientes objetivos:

- Poner en claro los aspectos comunes entre comunicación y educación.
- Hacer conscientes a los educadores de la importancia de los medios de comunicación en la educación.
- Llamar la atención a los comunicadores de la importancia de la tarea que cumplen en relación con la educación.
- Establecer puentes de relación entre comunicadores y educadores.
- Promocionar la Educación en Medios.













Índice

1. Relaciones entre comunicación y educación

- Por qué los medios de comunicación son una escuela paralela
- Cómo actúa el sistema educativo ante la creciente influencia de la escuela paralela
- La valoración de la influencia de los medios en niños y jóvenes
- Los valores que transmiten los medios y las escuelas
- La tensión entre los valores de la educación y los de la comunicación
- Obligaciones de los medios en relación con la educación
- Obligaciones de la educación en relación con los medios

2. Cooperación entre comunicadores y educadores

- Necesidad y justificación de la cooperación
- Modalidades de la cooperación
- Las nuevas modalidades de colaboración y producción

3. La Educación en Medios

- Concepto
- Necesidad y justificación
- Objetivos de la educación en medios
- Modalidades y desarrollo
- La educación escolar y la educación en medios
- La educación en medios en la familia
- La educación en medios en los medios
- La participación y el acceso
- La educación en medios como componente esencial de la vida cívica















Por qué los medios de comunicación son una escuela paralela

Hace muchos años se empezó a hablar de que las aulas no tenían ya muros, que los medios de comunicación –especialmente, el cine y la televisión- habían irrumpido con fuerza en el ámbito de la educación y que su influencia era creciente y tendería a aumentar. Hoy en día, cuando el siglo XXI está en sus inicios, casi puede decirse que se ha constituido una escuela paralela que son los medios de comunicación.

Muchos estudios han puesto de relieve que los niños en edad escolar, en muchos países, suelen pasar más tiempo delante del televisor que en la escuela. Son las condiciones de la vida urbana -que tienden a aislar a los niños en sus hogares-, el aumento de la jornada laboral de los padres, así como la fuerza irresistible que para muchos tiene la televisión, las que parecen ser las causas del fenómeno.

En todo caso y al margen de sus causas, la influencia de la televisión en los niños es en la actualidad cuantitativamente incontestable. Pero también lo es de modo cualitativo. La televisión posee una capacidad de fascinación muy notable. A los niños, les atrae de ella, el colorido, el movimiento, la facilidad con que les evita el tedio y el aburrimiento, y lo dócil que resulta a sus requerimientos, porque siempre se puede encender o apagar a voluntad y permite el cambio de canal con sólo mover un dedo.

Por si fuera poco, la televisión transmite las modas y los estilos que la mayoría de niños siguen. Informa de los temas de los cuales hablan, y no cesa de transmitir sus historias favoritas, pobladas siempre, por sus héroes más queridos.







CUESTIONES CLAVE









Si a la televisión añadimos la influencia de la música -transmitida a través de la radio, los CDs de audio o la red- la del cine, el teléfono móvil e Internet, seremos capaces de comprender la capacidad de influencia que los medios de comunicación ejercen sobre los más jóvenes.

Estos medios -que están hoy día conformando una especie de burbuja personal que envuelve a los niños- pueden ser considerados, sin temor a exagerar, una escuela paralela.

En la escuela tradicional, los niños aprenden, estudian, juegan, exploran, se relacionan con los demás y adquieren un sentido de la sociedad y de la disciplina.

En la escuela paralela, los niños hacen prácticamente lo mismo: aprenden -aunque contenidos diferentes a los de la escuela- juegan, exploran, se relacionan con los demás –en este caso, siempre a través de tecnologías- y adquieren un sentido social.

Sin embargo, en esta escuela mediática paralela no se dan ni el estudio ni la disciplina que son, por otro lado, los aspectos más tediosos de la escuela. La escuela paralela se ha especializado en un discurso sencillo, fácil y mucho menos complejo que el de la escuela tradicional. Sus contenidos son más visuales, más comprensibles, menos abstractos, más directos que los de la escuela clásica y además, en general, más amenos y entretenidos.

¿Qué duda cabe de que la esfera mediática funciona, para los niños de hoy, como una escuela privilegiada, con un poder de atracción y de seducción importante y, en ocasiones, más decisivo que el de la propia escuela tradicional?

Son muchos los sociólogos, semiólogos, antropólogos y pedagogos que están concediendo cada vez más importancia a la función *escolarizadora* de los medios y a su influencia en la construcción de la















cultura de los niños y los jóvenes. En los contextos y países más diversos se aprecia que esta escuela paralela está reduciendo el peso no sólo de la auténtica escuela, sino de las familias y de los tutores.

El fenómeno se presenta como irreversible. Todo parece indicar que en el siglo XXI, buena parte de la socialización de los niños y jóvenes, y una parte del patrimonio cultural de la humanidad se va a transmitir a través de los medios de comunicación.

De aquí que sea imprescindible relacionar comunicación y educación y tratar de conocer qué significa la existencia de esta nueva escuela paralela que son los medios. Como se verá, todo ello nos conducirá a plantear la necesidad de un cambio. Cambio de actitud, de un lado, en los centros educativos en relación con los medios de comunicación que debe traducirse en la promoción de la de la Educación en Medios. Pero cambio de actitud, también, en los propios medios donde parece necesario poder empezar a considerar la cuestión educativa.

Cómo actúa el sistema educativo ante la creciente influencia de la escuela paralela

La irrupción de los medios de comunicación ha sido, en términos históricos, tan brusca, que ha tomado por sorpresa tanto a la escuela, entendida como institución, como a la conciencia de los educadores.

A veces, es bien visible que no ha habido ni tiempo para reaccionar y, si en algún caso lo ha habido, las formas de reacción no han sido, en general, muy premeditadas.

La actitud más extendida fue, en una primera etapa, la de la ignorancia.

Profesores y educadores, cuando, literalmente, se les vino encima el







CUESTIONES CLAVE









mundo de los medios, siguieron, no obstante, cumpliendo su labor de profesores y educadores como si nada hubiese sucedido: ¿qué importancia –parecen haberse preguntado con cierta perplejidad-podría tener la llegada de la televisión o del cine de Hollywood en relación con la enseñanza de las matemáticas o de la química, por ejemplo? O, en otro orden de cosas. ¿qué incidencia debería tener en relación con la formación en valores?

Las respuestas a estas peguntas, eran, frecuente y sorprendentemente: "casi ninguna".

De este modo, admitiendo que la televisión o los medios no tenían por qué alterar su labor, muchos profesores, siguieron con su rutina.

Mientras tanto, en los niños y jóvenes estudiantes se estaba produciendo una transformación fundamental. Los niños de la televisión y del cine, tendían a pensar en términos visuales y desarrollaban un agudo sentido a la hora de comprender e interpretar los nuevos procedimientos narrativos que introducían los medios audiovisuales. Gustaban, cada vez más, del conocimiento directo de la realidad –no diremos empírico- que transmitían los medios audiovisuales. Y soportaban, cada vez menos, los razonamientos complejos y abstractos. Algunos de ellos, acostumbrados al sonido, los colores y los ritmos del discurso audiovisual se veían, cada vez, más ajenos al esfuerzo y la disciplina.

Como consecuencia de ello, para muchos niños y jóvenes, la lectura de textos no visuales o el mero disfrute de la literatura que se intentaban inculcar desde la escuela, sencillamente, no tenía sentido. La mayoría de ellos, empezaba a disponer de un sistema de atención diferente al de generaciones anteriores: más necesitado de excitación y de estímulos sonoros y visuales, menos dado a la paciencia y a la espera y menos capaz de dirigir sus sentidos durante mucho tiempo a un mismo objeto o asunto –digámoslo, claramente, inquieto y desasosegado-.







CUESTIONES CLAVE









Por su parte, algunos profesores aunque no eran del todo ajenos a estos cambios, no los relacionaban del todo con los medios. De aquí que pudieron seguir trabajando cómodamente instalados en sus rutinas y practicando lo que se podría denominar una *ignorancia mediática activa*.

Sin embargo, pronto se hizo patente, la aparición de una actitud diferente en algún grupo de educadores. Ésta se alejaba de la *ignorancia mediática* y empezaba a configurarse como una predisposición crítica, defensiva e incluso, a veces, de denuncia radical sobre el papel pernicioso de los medios.

Muchos educadores, y algunas de sus asociaciones profesionales, empezaron a encarar la televisión y los medios como una especie de contra-escuela, y se representaban a sí mismos como víctimas y vasallos de ella. Es cierto que muchas veces los medios y, sobre todo, la televisión desteje por la noche lo que la escuela ha tejido durante el día. Pero la realidad incuestionable de este hecho, ante el que eran posibles reacciones muy diversas, condujo a algunos a una especie de cruzada intelectual contra la televisión y contra los medios. Cruzada que parecía orientada a buscar la disolución y desaparición total de ese neo-enemigo que eran los medios.

Algunas de estas actitudes llevaron a demonizar los medios como si éstos fuesen una especie de portadores del mal y de la enfermedad social. Se asfixiaba así cualquier otro tipo de reacción más constructiva, con lo cual se desembocó en una suerte de pedagogía/propaganda antimediática, ocupada sólo en defender valores proteccionistas, y el rechazo activo hacia los medios.

Todo sucedía, como si la escuela tuviese la obligación de vacunar a los niños y jóvenes contra una perniciosa enfermedad que los medios parecían propagar.







CUESTIONES CLAVE









Sin embargo, entre la *ignorancia mediática*, por un lado, y la *denuncia radical*, por otro, se fue abriendo paso, poco a poco, una actitud algo más informada y, al mismo tiempo, más sosegada.

Hubo quien sopesó y analizó con más calma de la que había existido hasta el momento sin desdeñarlo pero tampoco sin magnificarlo, el poder de los medios de comunicación en la cultura de los niños, de los jóvenes y de los adultos (en los que, naturalmente, se incluyen también los profesores y educadores). Se estudió, por otra parte, el modo más constructivo de reaccionar ante ese poder. Esto significaría, en algunos casos, la necesidad de oponerse al poder de los medios en aquello que fuese necesario, pero también de asociarse con él cuando fueran reconocibles sus efectos positivos.

Es entonces cuando surge la idea de una alianza entre el mundo de la comunicación y la educación, y cuando se da un paso adelante hacia un nuevo paradigma en el campo de la pedagogía mediática. De este modo, una renovada Educación en Medios empieza a entenderse como un modo de crear conciencia ciudadana, crítica y activa, y de participar y acceder al uso creativo y constructivo de los medios de comunicación.

El contexto en el que surgía esta nueva educación en medios era el de una más conspicua comprensión de la influencia de los medios sobre la vida de los niños y jóvenes.

La valoración de la influencia de los medios en niños y jóvenes, y la polémica sobre la telebasura

Resulta muy difícil ignorar la creciente influencia y el impacto de los medios en la cultura y en la formación de los jóvenes. Ya se ha hablado del factor cuantitativo, del tiempo que los niños y jóvenes pasan delante de los medios de comunicación. Pero conviene, todavía















insistir en la idea.

Cada día que pasa, aumenta el tiempo de dedicación a los medios por parte de jóvenes y niños. Más allá de dormir y trabajar, la mayor parte del tiempo parecen permanecer conectados a una tecnología que, como la de los medios, transmite al cerebro símbolos, sonidos, imágenes... Tal es la costumbre de vivir en un entorno totalmente mediatizado, que el silencio y la tranquilidad no sólo empiezan a resultar ya escasos, sino que, paradójicamente, cuando subsisten parecen representar un elemento de inquietud y desasosiego entre los jóvenes hasta el punto de motivar, con frecuencia, el rechazo y la aversión.

Pero, por poderosos que sean los argumentos de tipo cuantitativo, hay razones de tipo cualitativo para atribuir una gran influencia de los medios.

Es preciso considerar en este punto el poder de conformar la mente que tienen los medios de comunicación y sus discursos persuasivos. El desarrollo de la publicidad y de la propaganda política han venido a poner en evidencia esta influyente capacidad de los medios, que revierte, por ejemplo, en la construcción de imágenes de marca, en la inducción a la compra de determinados productos, y en la transmisión e inculcación sistemática de ideas y visiones del mundo que se reproducen con una facilidad pasmosa.

De todo esto tenemos evidencias cotidianas a diario. Evidencias que se ponen de manifiesto en múltiples ocasiones; como cuando apreciamos, por ejemplo, la euforia de un país entero en relación con el resultado de un partido de fútbol o de alguna competición deportiva que ha sido transmitida por televisión; o cuando vemos, por ejemplo, cómo la ceremonia del entierro de un Papa es capaz de concentrar la atención mundial; o contemplamos, en otro orden de cosas, cuando la invasión de un país, transmitida en directo, se convierte en un arma ideológica global.















Todo ello nos habla de la importancia crucial que han adquirido los medios.

También empezamos a conocer más sobre el poder de los medios al considerar la importancia que tienen la transmisión de noticias y las luchas que el control de la información general, tanto a nivel nacional como internacional: un poder totalitario tiende a creerse dueño de la información y la usa en su provecho con efectos avasalladores; pero los poderes democráticos empiezan a demostrar que conocen cómo obtener rédito político de la influencia que pueden ejercer a través del dominio de la información mediática.

Todo apunta, pues, a que debemos atribuir un gran impacto a los medios de comunicación sobre la sociedad, y que no es razonable, de ningún modo, minusvalorar su peso en la construcción de la experiencia de nuestros días.

Es esta la razón por la que algunos educadores –muchos, en realidadestán sinceramente impresionados, y, a veces, escandalizados, cuando contemplan los contenidos que ciertas televisiones ofrecen a sus estudiantes o a sus hijos.

En algunos países a este tipo de televisión se la ha denominado telebasura, precisamente con objeto de señalar la degradación y degeneración del contenido que transmite. Es una televisión sin valores cívicos, centrada solamente en la búsqueda de audiencia, y que suele presentar con mucha frecuencia contenidos escandalosos—muchas veces, teatralmente escandalosos—Que no respeta la vida privada de los famosos, ni prácticamente de nadie. Que propende al discurso agresivo, a la polémica histérica y a la injuria. Que, en otras ocasiones, es sensacionalista, juega con la presentación de tragedias, asesinatos o muertes en primer plano y con el único fin de llamar la atención y fascinar.

Es ésta una televisión consumista, que ha olvidado el valor de la







CUESTIONES CLAVE









comunicación como mediación social e ignora su dimensión cultural, así como su profunda relación con la dignidad de la persona humana.

No obstante, no deja de haber polémica sobre esa cuestión.

Existen posturas nada partidarias de atribuir excesivo peso a la influencia mediática y. en consecuencia a los efectos nocivos de la telebasura, y que rechazan, en consecuencia, lo que ellos consideran una postura de oposición radical a la televisión.

Encontramos diversos tipos de rechazo.

De una parte, están los que defienden, sobre todo y ante todo, la libertad de expresión: entienden que los medios de comunicación pueden y deben transmitir contenidos libremente sin ninguna otra cortapisa o consideración. La libertad de expresión es pues, la principal obligación de los medios; así como la principal obligación de los padres, tutores y educadores es enseñar a sus pupilos a controlar su propio consumo de televisión y, por tanto, a seleccionar los contenidos adecuados.

Otras veces, en un mismo sentido pero con distintos argumentos, se han levantado voces para señalar que la omnipotencia del discurso televisivo o mediático no es cierta, que tiene mucho de mito, y que, en cualquier caso se exagera. Estas voces opinan que son muchos los estudios que nos hablan sobre el hecho incuestionable de que la influencia de los medios está relativizada por el contexto, social y familiar, y por las actitudes de los receptores. Por tanto, hablar de efectos, en el sentido de puro impacto mediático, según ellos, no sería razonable, y, consecuentemente, nadie puede ni debe culpar a la televisión de ningún mal social.

Quienes razonan de este modo, con uno u otro tipo de argumento, llegan a una misma conclusión: no debemos alarmarnos tanto por el















efecto de la televisión ni del poder de los medios sino que deberíamos dejar que las cosas siguiesen su curso sin mayores preocupaciones.

Sin embargo, y pese a la polémica, a la hora de valorar la incidencia de la televisión no pueden esconderse algunos hechos decisivos:

- Que los niños y los jóvenes viven cada día más inmersos en una sociedad mediática presidida por la televisión.
- Que esta sociedad mediática es portadora de un nuevo tipo de sensibilidad y de percepciones, y propone nuevos valores e influencias.
- Que este fenómeno es global e irreversible y que está construyendo de modo muy activo la cultura del siglo actual.

Todo lo cual nos lleva a una conclusión: que la educación –con cualquier tipo de estrategia o de actitud- no puede seguir ignorando la importancia de la cultura mediática y que se hace ya preciso encontrar una estrategia pedagógica adecuada para reaccionar constructivamente ante ella.

Los valores que transmiten los medios y las escuelas

Si la escuela educa, también, a su modo, los medios de comunicación educan (o des-educan). En este estricto sentido, es indudable que cabe hablar de valores educativos proporcionados por los medios, aunque la intencionalidad y la funcionalidad de éstos no sean estrictamente educativas.

Una actitud razonable y serena ante la constitución de la que venimos denominando *escuela paralela* tiene que partir del análisis de los















valores que la enseñanza y los medios, cada uno por su lado, transmiten.

Veamos, primero la situación de hecho.

Los medios de comunicación son, en casi todo el mundo, directa o indirectamente una industria cultural que se nutre de la publicidad, y que persigue las audiencias masivas. Esta condición de partida les lleva a generar contenidos que disponen de algunos atributos esenciales. A saber:

- Tienden a ser de *entretenimiento* y diversión y están orientados, sobre todo, a ocupar la parte de ocio de nuestra vida social.
- Tienden a ocupar, de una manera u otra, todo el tiempo cotidiano y todos los espacios de la vida normal. Tienen pues *un aspecto claramente invasivo* y absorbente.
- Usan una *retórica* muy llamativa para transmitir con eficacia sus mensajes.
- Se basan en la dispersión frecuente de la atención de los espectadores para crear contenidos fragmentarios, cortos, y muy incisivos que ofrecen una versión sincopada y fragmentada del mundo.
- Huyen de los discursos complejos y abstractos -que pueden exigir esfuerzo a la hora de ser comprendidos- para configurar un flujo de información *banal* y superficial.
- Hacen del *mimetismo*, que asegura la extensión rápida de una cultura global, la principal razón de ser de muchos programas y espacios.
- El individualismo, o el gregarismo impersonal, residen en muchas















de la propuestas mediáticas, porque este individualismo y gregarismo son el mejor modo de procurar el consumo de medios y, en general, el consumo de cualquier mercancía.

La escuela parece tener otros valores y un estilo distinto. Aunque en los últimos tiempos se han dado transformaciones profundas en los centros escolares, parece que siguen pesando en la enseñanza valores como:

- El esfuerzo, la constancia y la perseverancia. Porque la profundización en el conocimiento de cualquier disciplina científica o humanista no puede alcanzarse sin estas virtudes.
- La concentración, el análisis, la precisión y el rigor, que son componentes esenciales no sólo de muchas disciplinas, sino del progreso científico en general.
- La cooperación y la relación con los demás, primero porque los demás están físicamente presentes en la escuela y, segundo, porque muchas de las tareas escolares no pueden realizarse en solitario sino conformando un grupo organizado.
- La *incorporación al mundo del trabajo* en el que la responsabilidad y la obligación son esenciales.

De esta diferenciación y contraste de valores entre la escuela y los medios de comunicación se deriva la distancia existente entre una y otra, y se desprende la tensión y, a veces, el conflicto en que ambas esferas mediáticas viven en la actualidad.

La tensión entre los valores de la educación y los de la comunicación

La diferencia entre los valores de la escuela y de los medios no















tendría, sin embargo, por qué vivirse con tensión o contradicción inevitablemente.

Sería aceptable que, en determinadas circunstancias, la coexistencia de los valores de la escuela y los de los medios se diese en términos de complementariedad. Es decir, partiendo de la aceptación de los valores escolares dentro de los contextos en que éstos valen y son efectivos, y asumiendo, por otra parte, los valores de los medios en aquellos contextos en que predominan el ocio y el descanso.

Sería razonable aceptar esa complementariedad porque la relación entre escuela y medios de comunicación se viviría como el fruto de una continuidad, de un relevo, de la aceptación de la existencia de tiempos diferentes y de situaciones diversas que darían lugar a valores diferentes.

El problema surge cuando los ámbitos de la escuela y de los medios no se separan convenientemente, y cuando se produce una contaminación de los valores propios de cada uno de ellos, o incluso cuando se produce la invasión, o subordinación, de los valores de un ámbito a los de otro.

Surgen en este caso, preguntas y respuestas como las que siguen:

- ¿Qué puede hacer una escuela, que debe defender el valor de la cooperación, frente al individualismo agresivo que transmiten los medios de comunicación como valor subyacente?
 - Parece evidente que la cooperación que propone la escuela, y que constituye una de sus propuestas esenciales, apenas puede resistir el envite mediático, y corre el riesgo de ser despreciado y minusvalorado.
- ¿Qué sucedería, en otro orden de cosas, si en una actividad relacionada con la matemática, pongamos por caso, se siguieran los razonamientos fragmentarios y descontextualizadores, nada







CUESTIONES CLAVE









abstractos y faltos de rigor que se dan en muchos contenidos televisivos? ¿Sería posible entonces cultivar el razonamiento matemático?

Más bien, parece difícil

Es en casos como éstos cuando la tensión, e, incluso, la contradicción entre unos valores y otros pueden acabar generando un conflicto importante entre el mundo de la educación y el de los medios. Y es en este conflicto en el que la escuela y los educadores corren el riesgo de resultar perdedores.

Obligaciones de los medios en relación con la educación

¿Qué sucede cuando se da el caso de que los valores de los medios contradicen los de la escuela? ¿Qué sucede cuando los niños quedan expuestos a esa contradicción y muestran su lado más vulnerable? ¿Hemos de confiar sólo en la actitud de protección o control que pueden ejercer los padres y las madres o los tutores y el profesorado?

En los últimos tiempos, en muchas latitudes diferentes, con diversidad cultural bastante acentuada, se viene reclamando una actitud más conciliadora entre los medios y el mundo educativo. Sobre todo de aquellos medios que, como la televisión en régimen de difusión abierto, resultan poco controlables por los padres.

Esta actitud conciliadora significa que los medios deben cumplir ciertas obligaciones con respecto a los niños.

En general, estas obligaciones pueden dividirse en obligaciones de dos tipos. Unas activas, que consisten en promover y difundir mensajes y contenidos que estimulan el crecimiento moral, intelectual y físico de los niños. Otras, pasivas, que consisten en limitar y restringir, en determinados horarios u ocasiones, los contenidos ante















los que el niño puede ser vulnerable.

Las acciones positivas o activas consisten en producir contenidos específicos para los niños, crear espacios con los que éstos se identifiquen y adaptarse a sus necesidades. En ocasiones, se trata, también, de generar franjas de programación educativa que estén pensadas para estimular el crecimiento intelectual y moral de la infancia y juventud.

Las acciones pasivas son sobre todo restrictivas, consisten en intentar no perjudicar, pero no se ocupan de facilitar o mejorar.

En general, son los medios abiertos – en régimen de *difusión*- y los que gozan de una concesión de los estados para emitir, es decir, la radio y la televisión, los que tienen más obligaciones con respecto a los derechos de los niños.

En cambio, los que existen en régimen de oferta editorial, por su misma naturaleza –el receptor puede seleccionar su uso con mucha facilidad: diarios, libros, televisión de pago, etc.- están menos obligados con respecto a los niños.

Dentro de los medios de *difusión* son las televisiones públicas las que más se sienten implicadas en la obligación de atender específicamente al público infantil, de modo que los programas infantiles y educativos son más frecuentes en las televisiones públicas.

Sin embargo, las obligaciones de los medios con la educación no acaban con la atención que prestan al público infantil.

En la medida en que la comunicación se considera un servicio público o de interés público, tiene que cumplir –o, debería cumplir-determinados compromisos en relación a la educación. La forma de entender estos compromisos varía mucho de un país a otro y de una sociedad otra.







COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

3

CUESTIONES CLAVE









En general, y, sobre todo las televisiones (más las públicas que las privadas) asumen que entre sus funciones básicas se encuentra –junto a la información y el entretenimiento- la de formación. Suelen entender este deber de formación, como el compromiso que tienen de contribuir a la conciencia cívica y moral del país, tanto como la de ayudar a difundir y divulgar aspectos básicos del conocimiento y la cultura.

En un sentido más específico, interpretan que tienen la obligación de facilitar programas educativos a todos los públicos, pero especialmente, a los niños y jóvenes.

Finalmente, hoy día, en la medida en que se habla del *aprendizaje a lo largo de la vida* como algo consustancial a la sociedad de la información, muchas televisiones aceptan como una de sus tareas específicas contribuir a la adquisición de conocimientos, habilidades y competencias a cualquier edad y sobre cualquier aspecto de la realidad.

La función de formación ha llevado a muchas televisiones a plantearse servicios educativos con respecto a su público. Tradicionalmente, se habla entonces de *televisión educativa* para referirse a este servicio.

Una televisión educativa puede desarrollarse a través de múltiples facetas. Puede, en primer lugar, intentar sustituir la tarea de las escuelas en países y regiones donde es difícil lograr la escolaridad completa. En ese caso, la televisión transmite contenidos curriculares que pueden llegar directamente a los estudiantes, incluso durante el período en que éstos están en la escuela.

En segundo lugar, la televisión puede dedicarse a reforzar o complementar la actividad de la escuela sin necesidad de sustituir la pura transmisión de contenidos curriculares; se trata entonces de programaciones de complemento y ampliación o de emisiones que







COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

3

CUESTIONES CLAVE









fomentan los valores y actitudes relacionadas con el estudio y la enseñanza.

En tercer lugar, encontramos las televisiones que entienden su labor educativa en sentido amplio y se dedican a realizar tareas o a asumir valores educativos de un modo transversal a toda su programación; cuidan entonces de encontrar oportunidades para ayudar a la educación y formación de sus públicos a través de diferentes espacios y emisiones no estricta y formalmente educativos.

Finalmente, lo más frecuente es que encontremos televisiones que distribuyen su contribución a la educación mediante diferentes emisiones y programas que combinan estratégicamente estas tres dimensiones o facetas ya citadas.

Sin embargo, las obligaciones con respecto a la educación por parte de los medios no acaban con la televisión educativa. Recientemente, se empieza a admitir en diferentes países que la contribución de la televisión (y de los medios de difusión, en general) al mundo de la educación es cuestión, sobre todo, de la sintonía entre los valores difundidos por la televisión y los que se transmiten en las instituciones educativas. Esto quiere decir, que la cuestión decisiva radica en la congruencia –o incongruencia- entre las actitudes y valores fomentadas por las televisiones y las que se cultivan en el ámbito escolar.

En este sentido, del mismo modo que se habla de currículum (explícito y oculto) para referirse a las escuelas, puede hablarse también de currículum (explícito y oculto) de las televisiones y de sus programas. Precisamente, para tratar de iluminar y conocer este currículum, cada vez es más frecuente que los medios de comunicación se planteen la necesidad de asumir libros de estilo, guías de trabajo (compromisos de programación, recomendaciones, etc.) y en general, pautas de conducta que organicen y estructuren los valores en que deben basarse sus contenidos.







CUESTIONES CLAVE









En general, estos documentos se ocupan de cuestiones tales como las obligaciones con respecto a la objetividad y honestidad de las informaciones y los derechos de los espectadores y las obligaciones de los informadores; es decir, tienen en cuenta la esfera de los programas informativos. Pero cada vez más se plantean cuestiones y problemas que se relacionan estrechamente con la educación y los valores. Así, es muy frecuente en muchos países del mundo la existencia de compromisos específicos de las televisiones en relación a, por ejemplo: la igualdad entre los sexos y la promoción de la mujer; la lucha contra el racismo y la discriminación de cualquier tipo (cultural, religiosa, política, etc.); los derechos de las minorías y el respeto a la diversidad cultural y de cualquier tipo; el respeto a las necesidades específicas de las personas con necesidades especiales; la atención a las necesidades de los mayores; el compromiso con las manifestaciones culturales regionales y locales; el apoyo y estímulo a la vida de las instituciones educativas: etc.

Todos ellos son compromisos y obligaciones que, en sentido amplio tienen que ver con la educación.















Necesidad y justificación de la cooperación

Comunicadores y educadores están obligados a entenderse. Sus tareas son tan parecidas y complementarias que no es posible imaginar un sistema social basado en la contradicción permanente entre ambos colectivos.

Ese entendimiento significa que los comunicadores tienen que respetar el trabajo y la tarea de los educadores y contribuir a ella. Y significa, de cara a los educadores, que tienen que incorporar en su propio trabajo las cuestiones suscitadas por los medios de comunicación, sus mensajes y la labor que realizan en la sociedad.

Se presenta entonces un amplio abanico de nuevas posibilidades y de oportunidades para la cooperación.

Los profesionales de la comunicación pueden, en general, complementar su compromiso ético con la comunicación de un *compromiso educativo*, es decir, con la obligación moral de tener en cuenta en su trabajo las consecuencias educativas (y para la educación) de su tarea.

Por su lado, los educadores pueden, al ocuparse en su propio trabajo de cuestiones mediáticas –es decir, mediante un *compromiso mediático*- profundizar en su necesaria atención a la realidad y a la actualidad, y avanzar en las nuevas modalidades de comunicación y educación que proponen los medios y son utilísimas para la enseñanza.

Para los comunicadores se trata no sólo de la oportunidad de ampliar







CUESTIONES CLAVE









su campo de trabajo a la comunicación educativa, sino de impregnar toda su tarea de una filosofía pedagógica y educativa.

Para los educadores se trata, no sólo de utilizar los medios en la educación como instrumentos que les ayudan en su labor, sino de incorporar la educación en medios como una disciplina operativa. Se destacan así, nítidamente, pero sin cubrir todo el campo de relación entre comunicación y educación, dos nuevos centros de interés, uno de ellos situado directamente en el ámbito mediático, y otro en el educativo:

- 1. Los medios de comunicación educativos;
- 2. La educación en medios.

El primer campo se destaca sobre un fondo de creciente interés de los comunicadores por el dominio de la educación.

El segundo, se desarrolla en el creciente interés de los educadores por incorporar técnicas mediáticas y comunicativas a su campo de actividad.

La sociedad del conocimiento, que supone incorporar la adquisición del saber, la información y la experiencia de la comunicación en el centro de la organización de la vida y la comunidad, son el marco adecuado, y exigente a la vez, para el desarrollo de los *medios* educativos y de la educación en medios.

La educación y la adquisición de conocimientos han dejado de ser campos exclusivamente situados en unas determinadas edades y confinados en espacios limitados. La sociedad del conocimiento exige aprender en cualquier lugar y en cualquier momento y ha acelerado enormemente la necesidad de adquirir nuevos conocimientos o de actualizar los ya adquiridos. La consigna es el aprendizaje a lo largo de toda la vida y para ello aprender a aprender se convierte en un elemento esencial.















Es aquí donde se justifica y se contempla la necesidad de la cooperación sistemática entre comunicadores y educadores.

Modalidades de la cooperación

La relación entre comunicadores y educadores puede establecerse de un modo informal o de un modo formal.

En los últimos tiempos tiende a afianzarse la creación de modalidades de relación formales que acentúan las conexiones explícitas o, incluso, institucionales de ambos colectivos.

Las relaciones informales se dan, en general, por la fuerza de los hechos. Los comunicadores tienen que ocuparse en su propia tarea de cuestiones de educación (tanto de contenidos, como de efectos de esos contenidos sobre la educación) y, por otro lado, episódicamente, también los educadores se sirven de los medios, en ocasiones, para desarrollar su propio currículum.

Pero en los últimos tiempos, crecen las modalidades formales de cooperación.

En el lado de los medios, la digitalización de la información y la explosión de los canales de comunicación –especialmente a través de la televisión e Internet- han abierto las posibilidades de creación de medios específicamente dirigidos a la educación. Así han surgido canales temáticos de televisión de carácter educativo, emisoras de radio, portales de Internet, etc.

Esto ha llevado colaboraciones sistemáticas entre educadores y comunicadores. La programación infantil de televisión ha sido, por ejemplo, un terreno fructífero de esta cooperación.







CUESTIONES CLAVE









En el lado de la educación, la aparición de nuevas tecnologías susceptibles de ser incorporadas a la pedagogía, tales como los ordenadores, la telemática, la comunicación multimedia, los sistemas digitales de televisión o Internet han inaugurado una disciplina muy reciente denominada en algunos países tecnología educativa o comunicación educativa. Y de esta disciplina se han derivado infinidad de plataformas y de acciones que han necesitado integrar los saberes, hasta entonces separados, de la comunicación y la educación.

En un terreno y otro, ha aumentado, consecuentemente, la relación entre profesionales de la comunicación y de la educación.

Pero ha sido la dimensión cívica de la sociedad la que recientemente, en diferentes países y contextos, ha llevado a extender la cooperación entre comunicadores y educadores más allá del terreno estrictamente profesional. Ha sido la intersección entre la *misión o vocación* comunicativa y educativa la que ha generado nuevas formas de relación.

Ha sido muy notorio, en diversos países del mundo, el interés, mutuo y reconocido, por encontrarse y fomentar vías de cooperación entre educadores y comunicadores.

La secuencia de este encuentro ha sido parecida en muchos países y tenía las siguientes etapas:

- 1. Un primer momento en que crecía socialmente el malestar cívico en torno a algunos efectos perversos de los medios: el exceso de violencia, la falta de sentido educativo, la degeneración de la calidad de las emisiones televisivas, el olvido del servicio público, etc.
- **2.** Este malestar se expresaba de diversas maneras y alcanzaba la esfera pública mediante la expresión de protestas, quejas, apelación a las autoridades, etc.















- **3.** Con el objetivo de resolver este conflicto se apelaba enseguida a la cooperación entre educadores y comunicadores, lo cual planteaba la exigencia de diálogo entre ambos y la toma de conciencia sobre sus deberes mutuos.
- 4. Así surgían dos propuestas complementarias:
 - a) La exigencia de un nuevo compromiso de los comunicadores con la educación (muchas veces traducido simplemente en la adopción de políticas pasivas en relación con los niños; es decir, restricciones horarias de emisión de ciertos contenidos, exclusión de los más perjudiciales, etc.).
 - b) La aceptación, por parte de los educadores, de la necesidad de incorporar al currículum educativo de una nueva disciplina denominada en la mayoría de los casos Educación en Medios (aunque se conoce también con los nombres de educación para la comunicación, alfabetización mediática, etc.).
- **5.** Finalmente, y sólo en algunos casos, estas propuestas alcanzaban el rango de la institucionalización, bien mediante la creación de asociaciones de cooperación entre comunicadores y educadores, bien mediante la creación de entidades o consejos destinados bien a desarrollar la dimensión educativa de los medios, bien, en el otro campo, a desarrollar las actividades comunicativas en el campo de la educación.

En este contexto, es posible encontrar en diversos países del mundo, evidencias y demostraciones palpables de que la cooperación entre comunicadores y educadores tiende ampliarse.

Existen diversas organizaciones no gubernamentales que pretenden potenciar la relación entre profesionales de la comunicación y la educación. Algunas parten del ámbito de los medios y son







COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

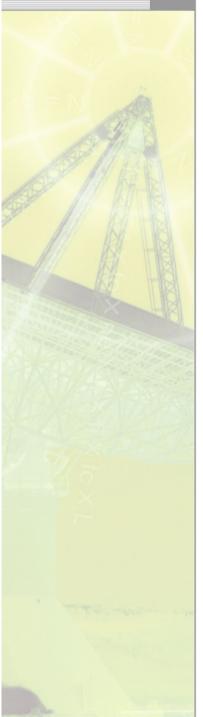
3

CUESTIONES CLAVE









asociaciones, por ejemplo, de canales de televisión o de emisoras de radio educativas, asociaciones de prensa especializada en educación o similares. Naturalmente, muchas de ellas tienen que buscar el concurso de los educadores y el encuentro con ellos para el desarrollo de sus actividades específicas.

De otra parte, proliferan asociaciones que, si bien agrupan básicamente a colectivos de educadores, tienen la necesidad de integrar en su seno a comunicadores. Son las asociaciones interesadas en problemas específicos de la relación comunicación-educación. Por ejemplo, las que se preocupan por la relación niños-medios de comunicación, o las que se interesan por los contenidos de riesgo para la infancia, o, sencillamente por la educación en valores.

Se crea de este modo una relación bastante fluida entre comunicadores y educadores.

Pero hay que señalar también la importancia creciente que van adquiriendo formas más institucionalizadas de relación.

Es frecuente, por ejemplo, encontrar en diversas latitudes, que las autoridades encargadas de la regulación o co-regulación de los medios de comunicación incorporan de modo formal a sus actividades la presencia de consejeros o consejos de educación, o de foros y plataformas en los que los educadores y tutores dejan sentir su voz y su influencia. Allí se relacionan no sólo comunicadores con educadores, sino autoridades y reguladores de medios.

También es habitual encontrar en diferentes países casos en que los medios de comunicación, especialmente los públicos, se dotan a sí mismos de consejos educativos, es decir, de grupos que con una misión de orientación o de asesoría prestan su concurso a la tarea de los profesionales del medio. Estos consejos se encargan de asesorar la programación específicamente educativa o de llamar la atención sobre los temas que son interesantes y útiles desde el punto de vista







COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

3

CUESTIONES CLAVE









de la educación. Su trabajo también se extiende a la realización de recomendaciones relacionadas con valores, usos lingüísticos o aspectos de contenido que tienen una especial incidencia en la escuela. De este modo, los medios se aseguran un contacto privilegiado y activo con el mundo de la educación y, por otro lado, enriquecen sus programaciones mediante la aportación de la perspectiva educativa.

Si ponemos el acento en el ámbito educativo, hemos de señalar la aparición reciente en diversos continentes y países de entidades que, insertas en instituciones educativas, se preocupan de estimular la relación con los medios de comunicación. Es habitual encontrar, por ejemplo, consejos o programas que dentro de los ministerios de educación se encargan de promover actividades relacionadas con la prensa, la comunicación audiovisual y los nuevos medios. Son entidades que tratan de incorporar la consideración de los medios en la escuela, tanto como objeto de estudio, como instrumentos de aprendizaje y de innovación educativa. Para ello, no sólo desarrollan propuestas curriculares sino que se encargan de extender y profundizar el interés del profesorado en estos temas y su formación específica. Así desarrollan actividades relacionadas con la tecnología de las comunicaciones, el lenguaje mediático y audiovisual, la comunicación multimedia, etc.

Muchas de estas entidades han tenido un carácter genérico y se han ocupado tanto de la incorporación de nuevas tecnologías en la educación como de la inclusión de nuevos temas al currículo. Sin embargo, en los últimos tiempos se está registrando una creciente tendencia a ocuparse específicamente de la promoción de la alfabetización digital (relacionada, sobre todo, con la comunicación multimedia e Internet) y de la educación en medios (más orientada a la consideración de los grandes medios masivos de comunicación, especialmente la televisión). No parece aventurado imaginar que, en función del desarrollo social y tecnológico, ambos campos tiendan a confluir en uno solo.















Las nuevas modalidades de colaboración y producción

Mucho más recientes son los nuevos desarrollos que el progreso tecnológico está permitiendo en el campo de la comunicación y educación. Se trata, en esencia, de las posibilidades que el aligeramiento de la tecnología y su flexibilización abren en el terreno educativo.

La digitalización de la información, el abaratamiento de las tecnologías de producción y registro, así como la extensión de los canales de televisión digital y, sobre todo, de Internet están creando un espacio, cada vez más amplio, que permite aumentar, de un modo hasta ahora desconocido, la participación y el acceso de los educadores a los medios.

El desarrollo del vídeo digital de bajo coste, la existencia de programas de edición no lineal que se incorporan a un simple ordenador personal –y que editan tanto imagen como sonido- las posibilidades de publicación barata de textos, y, sobre todo, la existencia de Internet y de la Web están despertando vocaciones comunicativas en las instituciones educativas.

Son cada vez más frecuentes, las emisoras de radio y televisión escolares, las revistas educativas en línea, los portales educativos gestionados por educadores, la publicación de materiales didácticos en red, y la constitución de foros y de espacios de cooperación educativa centrados en Internet.

A todo este movimiento hay que añadir el de la democratización de las posibilidades de publicación periodística, tales como los weblogs, los Website personales e institucionales, etc.

Todo ello está constituyendo un nuevo anillo comunicativo en torno a la educación y está, consecuentemente, ampliando la misión educativa de la escuela y desarrollando, de paso, nuevas habilidades







COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

3

CUESTIONES CLAVE









comunicativas en todos los agentes que participan en el proceso educativo.

Lo que está surgiendo es una nueva forma de producción educomunicativa que tiene como agentes primarios a educadores y estudiantes.

Se elevan así a rango público las prácticas comunicativas que hasta entonces habían quedado confinadas a los espacios del aula. Esto está fomentando una nueva cultura comunicacional en la educación y aproximando, en el terreno práctico, las habilidades de los comunicadores y los educadores, lo que no deja de tener consecuencias en el terreno propiamente mediático.

Es en este terreno en el que la multiplicación de las habilidades comunicativas en la población (empezando por la población escolar) y el aligeramiento y digitalización de la tecnología están permitiendo la incorporación a los grandes medios de un flujo de contenidos que, de alguna manera, tiene que ver con los efectos de la revolución mediática en la educación.

Este fenómeno se hace muy perceptible en el ámbito local. La denominada comunicación de proximidad (prensa, radio y televisión local) – es decir, comunicación en comunidades reducidas: municipios, regiones, etc.- está siendo ocupada progresivamente por espacios gestionados y producidos por la comunidad educativa. No es extraño, por ejemplo, que existan en los medios locales espacios producidos directamente por las escuelas de la zona, tanto en radio como en televisión. Como no es extraño que, muchas veces, la producción de documentales, cortos o ficciones de un instituto de enseñanza secundaria, pongamos por caso, ocupen un espacio privilegiado en una emisora de televisión local. O, sencillamente, que muchos medios de comunicación se nutran de contenidos y producciones que tienen su origen en la comunidad escolar.







CUESTIONES CLAVE









Éste es un fenómeno reciente pero que, como los ya señalados, apunta a un reforzamiento de actividad mediática en la educación y a una apuesta decidida por la comunicación educativa.

Consecuencia y, a la vez, estímulo de todo ello es el nuevo desarrollo de la educación en medios.

Educación en medios a través los medios













3. Necesidad y justificación de la educación en medios en los medios

Vivimos en un entorno mediático. Nuestra visión del mundo, nuestro acceso a la realidad y nuestro contacto con los demás, se hacen, cada vez más, a través de los medios. Nuestra cultura y nuestra educación se realizan en buena parte en los medios y a través de ellos. Constante y sostenidamente, van adquiriendo más importancia nuestras capacidades y habilidades comunicativas... En este contexto, ¿podría la educación ignorar la comunicación y los medios?

Es evidente que no. No podemos, siendo seriamente responsables, diseñar un currículum educativo básico olvidando los medios de comunicación. Por tanto, lo que se denomina educación en medios, educación para la comunicación, alfabetización mediática, o educomunicación ha pasado a constituir una pieza esencial de nuestra educación general.

La educación en medios se propone como objeto de estudio, teórico y práctico, los medios de comunicación, sus lenguajes, contenidos, tecnologías, usos, efectos y cultura. Analiza la relación de la persona y de los grupos sociales con los medios, propone caminos y vías para mejorar esta relación estimulando la autonomía personal, la capacidad crítica y la vertiente expresiva y creativa. Fomenta la utilización de los medios como acceso al desarrollo personal, educativo y cultural, al tiempo que promueve su uso social orientado a la cooperación y al establecimiento de lazos de solidaridad. Incentiva el uso creativo de la comunicación, su función de mediadora social y su capacidad para desarrollar la imaginación y el descubrimiento como acceso a un ocio reparador y enriquecedor.

En esencia, la educación en medios es un forma de pedagogía humanista que sitúa los medios de comunicación en el centro de los intereses más profundos y legítimos de la persona y sociedad humana. Constituye un acceso privilegiado a una forma de ciudadanía







CUESTIONES CLAVE







activa y participativa acorde con las exigencias de las sociedades del conocimiento.

La educación en medios es un aspecto clave de las nuevas exigencias que plantea la mediatización de la sociedad. Es una consecuencia de la transformación que supone que los medios de comunicación hayan pasado de ser meros instrumentos a convertirse en un espacio central de la experiencia humana y de la vida social.

En este sentido, las cuestiones centrales que debe plantearse la educación en medios son las siguientes:

- El conocimiento de la función que cumplen los medios de comunicación desde un punto vista social, institucional y antropológico. Conocimiento, pues, de las estructuras, relaciones de poder y propiedad en que se inscriben, su relación con la esfera pública y política, sus sistemas de control y de regulación, y sus efectos e impacto sobre la vida personal y social.
- El estudio, análisis y conocimiento de los sistemas semióticos de los medios: sus lenguajes, sus *gramáticas* y *pragmáticas*. Es decir, el conocimiento profundo de los lenguajes que intervienen en la comunicación, de su semántica, de sus formas retóricas y de sus estructuras y figuras.
- La profundización en los discursos mediáticos como vehículos y motores culturales, y, en consecuencia, como aspecto fundamental de la conformación de los imaginarios personales y colectivos.
- El cultivo de las competencias comunicativas, es decir, el conjunto de saberes, habilidades y competencias relacionadas con los medios y la comunicación.
- El desarrollo de una conciencia crítica autónoma, capaz de













discernir entre los intereses auténticos y legítimos de la persona y los estímulos, motivaciones y conductas inducidas.

- La construcción de una nueva ciudadanía democrática, activa, participativa que está basada en la responsabilidad individual y colectiva y en la solidaridad y cooperación a través de la comunicación.
- El impulso a la expresión libre, a la profundización del derecho a la información y a la creatividad.
- El sostenimiento de pluralismo comunicativo, la diversidad cultural y el desarrollo de la identidad personal y colectiva.

En este contexto, los centros de interés de la Educación en Medios son paralelos a los problemas y cuestiones que se dan actualmente en el ámbito de la comunicación.

A saber, y entre otros:

- La mediatización creciente de la vida social y personal.
- El desarrollo tecnológico aplicado a la comunicación.
- Las consecuencias sicológicas y sociológicas del crecimiento de la burbuja mediática en la sicología de las personas.
- La concentración del poder mediático en empresas transnacionales.
- La globalización y la aparición de la sociedad global del conocimiento.
- La crisis de las culturas locales y las identidades.
- La universalización de los valores y las imágenes del mundo.
- Las consecuencias de la educación y socialización mediáticas.
- Las relaciones entre los niños y los medios; las competencias básicas relacionadas con la comunicación.
- El papel de la comunicación en la educación, etc.







CUESTIONES CLAVE







Proyecto financiado por la Unión Europea, en la que han participado:















