

COMUNICAR

Temas

«Estereotipos en los medios.
Educar para el sentido crítico»



Presentación

Estereotipos en los medios Educar para el sentido crítico

Todos coincidimos, cada vez con mayor uniformidad, que la época en que nos ha tocado vivir se etiquetará en el futuro como la sociedad de la comunicación y de las tecnologías. Ahora bien –por desgracia– en nuestra vida cotidiana, los ciudadanos en general reflexionamos escasamente sobre los impactos que la tecnología y la comunicación tienen en nues-

tras formas y estilos de vida, en nuestras costumbres y formas de pensar, en la organización del tiempo de ocio y trabajo... Y es más, esta nula o escasa concienciación –de la que no es ajena la escuela– es, sin duda, la máxima responsable de «imcompetencia» que la ciudadanía en términos generales tiene para afrontar las «lecturas» que los nuevos medios tecnológicos de comunicación nos exigen. No estamos preparados, en suma, para entender, comprender y apropiarnos crítica y creativamente de los mensajes de los medios, porque no hemos aprendido a hacer una lectura ideológica y técnica de sus mensajes. El mero consumo de los mismos conlleva más a la hipnosis que al aprendizaje.

En esta necesaria Educación para la Comunicación, para el sentido crítico de la ciudadanía, es prioritario descubrir los valores que los medios transmiten, aprender a ser espectadores activos con los mensajes, develando la «construcción social» que fabrican, lejos del tópico de la «ventana abierta al mundo» que transpira realidad. Entender los medios no es, sin duda, maldecirlos o demonizarlos, sino todo lo contrario: descubrir sus virtudes, gozarlas y aprovecharlas, pero también defenderse ante sus vicios, sus manoseados estereotipos y sus encorsetados clichés que simplifican a las personas hasta denigrarlas.

Este es el sentido de este monográfico de COMUNICAR: alertar sobre la necesidad de fomentar el sentido crítico que se traduce en el conocimiento de las construcciones mediáticas, tanto en los códigos audiovisuales como en los valores que transmiten. Nos centramos, por ello, en algunos de los estereotipos que transmiten, para favorecer esa lectura distanciada y reflexiva que nos ayude a entenderlos y a disfrutarlos.

Comenzamos los trabajos con «Mitos, estereotipos y

arquetipos de la educación en los medios» de Felicidad Loscertales, coordinadora del monográfico que nos sitúa la temática.

Posteriormente, Julio E. Barranco nos introduce el tema de la violencia con su trabajo «Evolución de la violencia en el cine: *Rebelión en las aulas*», a partir de las dos versiones de este clásico cinematográfico. La imagen de los docentes continúa presente en la colaboración de Enrique Martínez «La relación entre profesores y alumnos tal y como se trata en los medios», al igual que en el trabajo de «Estereotipos y valores de los profesores en el cine», también de Felicidad Loscertales. Una visión complementaria de docentes y medios de comunicación nos la ofrece Trinidad Núñez en «Los profesores vistos por la prensa. De la realidad al mito social».

Otro de los estereotipos que tienen cabida en nuestro monográfico es el tratamiento de los inmigrantes en los medios de comunicación. «Negro sobre blanco: inmigrantes, estereotipos y medios de comunicación», de Octavio Vázquez, incide en el papel de los medios en la consideración social del fenómeno migratorio.

Una temática alternativa que abordamos es la irrupción de nuevos mitos con los medios: «Mitología de hoy: los medios de comunicación, un reto para los docentes», de Felicidad Martínez-Pais, analiza este interesante punto de vista.

Sin duda, entre los estereotipos más analizados y reflexionados en los últimos tiempos, es la cuestión del género en el tratamiento de hombres y mujeres en los medios. «Un nuevo arquetipo (masculino) para un nuevo consumidor (masculino)», de Juan Rey; «Los estereotipos como factor de socializa-

ción en el género», de Blanca González; «La mujer actual en los medios: estereotipos cinematográficos», de Juana Gila y Ana Guil; «El papel de los arquetipos en los actuales estereotipos sobre la mujer», de Ana Guil, son algunos de los trabajos que presentamos desde esta óptica.

Por otro lado, y desde nuestra visión andaluza, estimamos fundamental el rol de los medios en la consideración de nuestra entidad como pueblo. «La construcción de estereotipos andaluces por los medios», de Rafael González; y «La doble mirada sobre Andalucía», de Juan J. Fernández Trevijano, apuntan en la importancia de desterrar falsos estereotipos para descubrir nuestra personalidad andaluza.

La comunicación audiovisual también cumple un papel especial en la imagen de las personas con ciertas minusvalías. «Los medios ante la discapacidad: más allá de los estereotipos», de Amando Vega y Raquel Martín, incide en la importancia social de que los medios respeten la dignidad de las personas, huyendo de falsas caricaturas.

Finalmente, «Estereotipos en el cómic», de Manuel Fandos y María José Martínez, nos descubren cómo en este medio aparentemente inocuo también se aportan estereotipos de todo tipo que hay que descubrir y analizar.

En suma, una propuesta amplia –aunque necesariamente incompleta– que seguro facilitará a nuestros lectores la ardua tarea de hacer de los medios unos vehículos de

comunicación y cultura, para el desarrollo integral de las personas.

José Ignacio Aguaded Gómez
Director de COMUNICAR



© Enrique Martínez '98 para COMUNICAR

