

# Editorial

## Comunicar en el aula, ¿medios en el currículum?

Hoy nadie duda que la sociedad del siglo XX no puede explicarse sin los medios de comunicación. Todo ciudadano de esta centuria, especialmente de las últimas generaciones, ha vivido con tanta intensidad la influencia de la prensa, la radio, la televisión y otros medios de comunicación e información audiovisuales, que su vida difícilmente sería explicable sin estos artilugios que han revolucionado el trabajo, el ocio, la cultura, la ciencia, la familia y prácticamente todos los ámbitos de nuestra vida personal y nuestra convivencia social.

Sin embargo, paradójicamente, una de las instituciones que hasta ahora ha prestado menos «entusiasmo» ante los medios, ha sido precisamente la que quizás más provecho podía haber sacado de ellos: la educación.

Es sorprendente comprobar cómo aún una gran parte del profesorado sigue enseñando en sus aulas sin hacer uso de los medios audiovisuales y de comunicación social. Es como si la «revolución icónica y tecnológica» se quedara en los umbrales de la escuela. Pero, sin embargo, lo más llamativo de todo, es que no se hace uso de los medios no porque no se crean interesantes o educativos -que sí lo consideran la mayoría de los docentes- sino por causas no siempre explicables: la administración educativa no dota a los centros de las nuevas tecnologías, son insuficientes los medios, no se conocen los usos de los aparatos, no se sabe qué hacer con ellos, «retrasan los contenidos que se van a impartir»...

Curiosamente, es éste uno de los nuevos



ámbitos educativos que todos coincidimos en la necesidad de e implmentarlo

estructuralmente en el aula, pero nos resta a casi todos la «aventura» de la praxis. Los medios influyen sobremanera en nuestros alumnos y alumnas y todos vemos en ellos una fuente inagotable de información, motivación, placer, entretenimiento... y manipulación.

Desde la década de los sesenta y especialmente a partir de 1973, la Unesco reivindica la necesidad de una «Educación en el ámbito de la Comunicación» como faceta trascendental de la enseñanza de nuestros días. Por ello es ya hora de que los profesores y profesoras, padres y madres, la administración educativa y la sociedad en general tomen partido claro ante un uso plural e innovador de los medios en las aulas, no como fin en sí mismos o para aumentar el hasta ahora uso indiscriminado, inconsciente y manipulante de los mismos, sino para ofrecer a los niños y niñas de hoy, chicos y chicas protagonistas del XXI, resortes para su lectura crítica, para su análisis positivo, para su recreación lúdica, para cultivar y profundizar sus dotes creativas... en definitiva para encauzar su propio desarrollo como personas, utilizando también los nuevos lenguajes que las tecnologías de la información y la comunicación están poniendo en nuestras manos.

«Comunica» quiere participar modestamente en esta apasionante aventura del uso plural e innovador de

los medios en las aulas. En nuestro primer número analizábamos en la sección

monográfica «Temas» la integración de los medios en todos los niveles educativos, desde Infantil y Primaria, hasta Secundaria, Adultos y Universidad. En este segundo número, el análisis lo enfocamos desde las distintas áreas curriculares, partiendo de una propuesta globalizada en Infantil y Primaria e interdisciplinar para Educación Secundaria, Bachillerato y Adultos. Una propuesta tan general no puede tener una finalidad más que genérica e introductoria para cada uno de los ámbitos analizados, que serán en un futuro reflexionados específicamente dentro de este proyecto compartido que es «Comunica».

En el resto de las secciones ofrecemos experiencias, propuestas, reflexiones, investigaciones, plataformas, así como reseñas, informaciones y fichas elaboradas por profesoras y profesores que trabajan «a pie de aula».

Deseamos y esperamos que este nuevo número sintonice con ese importante movimiento de docentes de toda España que sienten la imperiosa necesidad de acercar las aulas a la realidad de la calle, a la actualidad, que irreversiblemente pasa por los medios de comunicación audio-gráfico-visuales.