

(Recibido: 20-10-04 / Aceptado: 03-03-05)

- Humberto Martínez-Fresneda
Madrid

El protagonismo de los medios de comunicación en la formación del alumno

The protagonism of the mass media in student's education

La aparición de los medios de comunicación como «escuela» complementaria de formación, paralela a los centros escolares, invita a la comunidad educativa a replantearse la manera más efectiva de integrarlos en el currículum escolar con el fin de ayudar al alumno en su proceso de formación. De esta relación de los medios de comunicación con la realidad y los propios alumnos se desprende la necesidad de ofrecer, desde la escuela, claves para su correcta interpretación.

The emergence of the media as a complementary school parallel to schools, invites the educational community to rethink about the most effective way to integrate media into the school curriculum in order to encourage and help students in their education. Through this relationship among mass media reality and students themselves, schools arises as the key where offering a correct media interpretation.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

Transversalidad, organización escolar, formación, receptor crítico, valores, currículum.
Cross-curricular, school organization, comprehensive training, critical listener, values, curriculum.

Se ha discutido mucho la conveniencia de que los medios de comunicación se integren en la escuela y pasen a formar parte del proceso de formación de los alumnos en los centros escolares. Es indudable que los medios de comunicación van adquiriendo, cada vez más, una progresiva presencia en la vida de las personas que les lleva a influir en su acontecer diario¹.

El alumno empieza a utilizar como fuente de conocimiento que complementa su proyecto de vida, no sólo lo que aprende entre las paredes de un aula sino otros medios que actúan como escuela paralela de formación ofreciéndoles no sólo contenidos, sino junto a

❖ Humberto Martínez-Fresneda Osorio es profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad Francisco de Vitoria de Madrid (h.fresneda.prof@ufv.es).

ellos un código de valores, unas pautas de comportamiento, unas normas de conducta que como receptor percibe e integra, con mayor o menor intensidad, en su proceso de formación y le ayuda a conformar su propia visión de la realidad.

De los medios de comunicación, además, se desprenden una serie de potencialidades que puede y debe aprovechar la escuela a la hora de organizarse rediseñando el proceso de enseñanza-aprendizaje del alumno para, de esta manera, potenciar su formación escolar en su más amplio sentido.

Por eso, es sumamente importante, por un lado, profundizar en el concepto de educación en medios y, por otro, acertar en la manera de integrarla en el currículo escolar.

Hay que empezar aclarando que el concepto de educación en comunicación no sólo aboga por la utilización de los medios de comunicación dentro de la escuela, bien como medios auxiliares para la enseñanza y el aprendizaje o bien como objeto de estudio, sino que se fundamenta en la responsabilidad formativa que tiene en la sociedad fruto de su vocación de servicio a la misma. Debe buscar potenciar el análisis, la reflexión, desarrollar el espíritu crítico, ayudar a interpretar la información y despertar actitudes creativas ante la realidad que transmiten los medios de comunicación. De esta manera, la actividad educativa cambia, arrinconando aquella concepción de escuela donde primaba lo intelectual sobre la dimensión humana de la persona.

1. Hacia nuevos planteamientos de renovación pedagógica

Desde la perspectiva descrita, la educación recupera, así, su capacidad de transformar la sociedad porque permite a los alumnos interpretar las ofertas falseadas que de ella reciben. El conocimiento, por otra parte, deja de estar fragmentado en materias independientes, sin apenas relación. Es en este punto donde aparece el concepto de transversalidad, que se identifica en su esencia con la educación en medios de comunicación.

La transversalidad, como planteamiento de renovación pedagógica, participa de una acción de formación donde la escuela atiende todas las facetas de la personalidad del alumno consiguiendo, de esta manera, una formación integral que le facilite a éste todas las claves con las que construir su propio proyecto personal en relación con el contexto que le rodea.

En este sentido, la transversalidad no es un principio independiente de intervención en la escuela. Su esencia radica en una concepción pedagógica que ba-

sa su éxito en el desarrollo de las capacidades de la persona a través de una formación completa que le permita estar en disposición de participar de una manera coherente y activa en la sociedad.

¿Qué tiene en común la educación en comunicación con la transversalidad?

1) Si la transversalidad es un espíritu, una filosofía que pretende preparar para la vida, los medios de comunicación, como claro reflejo de nuestra cultura contemporánea y factor de influencia en la formación del alumno, son un claro referente de esa vida cotidiana, de esa escuela abierta a la sociedad.

2) Si la transversalidad es una respuesta educativa que contempla los problemas que están en la sociedad, la educación en comunicación es una manera de tratar y responder educativamente a los propios medios de comunicación, claros protagonistas en la emisión intencionada de estos problemas y hacer, de esta manera, ciudadanos más críticos que sepan interpretar la realidad.

3) Si la transversalidad pretende formar en el alumno un espíritu crítico y autónomo que le permita integrarse en la sociedad con garantías y medios para detectar la manipulación y, por tanto, no someterse a ella, la educación en comunicación es una manera segura de formar un receptor crítico ante los mensajes sesgados de los medios de comunicación y, por lo tanto, contribuye a este tipo de formación en el que se fundamenta la transversalidad.

4) La transversalidad y la educación en comunicación apuestan por la formación en valores y pueden contribuir claramente al sistema de valores consensuado por la comunidad educativa.

A partir de estas similitudes hay que buscar la mejor manera de integrar la educación en comunicación en los centros de enseñanza, desde una perspectiva formativa que asegure una preparación auténtica de las personas en la sociedad frente a modelos pedagógicos estáticos, donde el alumno es receptor pasivo de los conocimientos que le transmite un emisor de forma unidireccional. En este sentido, la influencia de los medios de comunicación en la formación del alumno cambia radicalmente el papel de la escuela, que puede y debe integrarlos en su actividad educativa y, así, enriquecer un camino educativo que garantice la incorporación de las personas a la sociedad de una manera absolutamente libre.

2. Una educación para la vida

Desde la reflexión y el análisis, muchos son los elementos de renovación que debe abordar la escuela, pero me voy a detener en examinar las claves que con-

sidero básicas para una adecuada integración de la educación en comunicación dentro del camino de formación del alumno. Son varias las características que podemos destacar en los medios de comunicación, aprovechables desde la escuela.

En primer lugar, debemos ser conscientes de que los medios de comunicación son un claro reflejo de nuestra cultura contemporánea. Los medios de comunicación se surten de la propia vida. Y la propia vida, que debe ser el principal objetivo educativo que integren las sucesivas leyes de educación para crear una escuela auténtica, es el principal argumento que manejan los medios de comunicación y los alumnos consumen habitualmente. Como afirma Aparici, los «medios de comunicación son espejos de la realidad».

Este reflejo de la propia cultura que se ve a menudo en los medios de comunicación es un bagaje formativo muy a tener en cuenta por diferentes motivos:

1) La realidad con la que trabajan los medios de comunicación es identificada de una manera casi instantánea por los alumnos como receptores habituales de los diferentes medios de comunicación.

2) Las preocupaciones reales y diarias del alumno en la escuela están presentes en la actualidad, principal argumento de los medios de comunicación.

3) Además, los medios de comunicación proyectan a través de sus contenidos, una serie de valores, ideas y pensamientos que se pueden utilizar para desarrollar la capacidad crítica del alumno².

Por lo tanto, hay que formar en la lectura crítica de los medios de comunicación para favorecer el desarrollo personal y social del alumno porque al identificar éste su propia realidad con la que aparece en los medios, éstos no le deben dejar impasible sino forzarle a una toma de posición y acción. La escuela no cumpliría su papel y sería inútil si no ayuda al alumno en su discernimiento ante la realidad. Discernimiento que le debe llevar a tomar posturas creativas y activas ante la realidad que vive y la que le presenta los medios de comunicación.

Los medios de comunicación, además, requieren un tratamiento y respuesta educativa porque se constituyen en co-formadores, al ser fuente de ese conocimiento que emana de la realidad.

La escuela debe romper con el aislamiento que le puede suponer una estructura académica donde las disciplinas son la única fuente de conocimiento. Hay

que aunar esfuerzos para conseguir una simbiosis entre lo que se enseña formalmente y lo que los alumnos aprenden con su propia experiencia diaria, bien directamente bien a través de los medios de comunicación.

Desde la escuela, por tanto, se debe dar respuesta y tratamiento educativo dentro de la formación del alumno a estas preocupaciones que conforman su día a día, porque son muchas las inquietudes que tienen los alumnos, reflejadas a través de los medios de comunicación y que están íntimamente relacionadas con su propio entorno. Así, García Matilla propone «una educación para la democracia que fomentara la creatividad de los escolares, promoviera la participación, desarrollara la capacidad crítica, ejercitara para la convivencia y formara en valores democráticos de solidaridad y tolerancia»³. ¿Y de qué manera hacerlo? La educación en comunicación debe plantear propuestas con un doble objetivo:

- Integrar con garantías al alumno con su entorno.

En ese sentido, se deben utilizar las diferentes realidades que aparecen en los medios de comunicación y conectarlas con las disciplinas académicas que se imparten. Posteriormente, todo ese bagaje de contenidos,

La educación en medios de comunicación debe buscar potenciar el análisis, la reflexión, desarrollar el espíritu crítico, ayudar a interpretar la información y despertar actitudes creativas ante la realidad que transmiten los medios de comunicación.

interrelacionarlo con la realidad del alumno. Es una metodología en la que claramente se pone en práctica la esencia de la comunicación, el feed-back o retroalimentación.

El proceso comienza en los medios de comunicación que emiten unos contenidos. Estos contenidos son recuperados por la escuela que, a su vez, los procesa junto con el alumno en el interior de la escuela y se los devuelve mediante la intervención del propio alumno en su propia realidad.

- Interpretar los códigos de los propios medios de comunicación, desde la autonomía y la crítica, asumiendo y rechazando lo que al alumno, libremente, le dicta su criterio mediante la escala de valores asumida en su proyecto personal. La integración de la educación en comunicación en la escuela responde, por tanto, a un doble criterio:

1) La segura responsabilidad de los medios de comunicación en la formación del alumno que hace imprescindible dotar a éste de criterios e instrumentos de interpretación de la realidad que le permitan una lectura rigurosa de los contenidos que consumen a través de dichos medios de comunicación.

2) La constatación, por tanto, de que el proceso formativo del alumno se enriquece desde vías diferentes a la tradicional. Esto no significa ni mucho menos una renuncia o abandono de la formación a través de la escuela sino un reconocimiento del fin del monopolio educativo desde las aulas y la apertura a otras realidades que influyen en la personalidad del alumno tanto o más que la propia escuela.

Son desde esas dos dimensiones, donde se enmarca la necesidad de dar una respuesta educativa efectiva a los medios de comunicación; respuesta que se

dades que se derivan del propio proceso comunicativo donde el emisor tiene el poder de controlar todo el flujo de la información. Vemos, pues, una gran coincidencia en el motivo que sustenta tanto a la transversalidad como a la educación en comunicación.

Si algo caracteriza a la transversalidad y la relación directamente con la educación en comunicación, es su posibilidad de despertar la capacidad crítica del alumno. En el caso de la escuela, como alumno integrado en una estructura determinada, en el caso de la educación en medios como crítico de los mensajes de los medios de comunicación.

Tanto a través de la transversalidad como de los medios de comunicación se transmiten un conjunto de valores, normas, pautas de comportamiento y conducta que más allá de los contenidos y metodología que utilicen para ello, constituyen su verdadera esencia.

Los medios de comunicación no son objetivos, en ese sentido, puesto que la presentación de sus contenidos responde a una estrategia de comunicación que viene marcada por determinados intereses. Y, a través de esos intereses se presentan un conjunto de valores que el receptor hace suyos de manera consciente o in-

consciente, integrándolos en su proceso de formación y recuperándolos posteriormente, según las circunstancias y el momento determinado. Por eso es necesario un cambio en el currículum escolar que integre la educación en medios de comunicación con la misma consideración que la transversalidad, porque es necesario interpretar dichos valores, las actitudes, el modo de vida que el alumno percibe en su día a día y con el que tiene que convivir. La educación en comunicación puede ser, junto a la transversalidad, la piedra angular de un currículum para la vida y no sólo para la escuela, de un currículum como medio de crecimiento y no como fin en sí mismo. Finalmente, no podemos obviar que los medios de comunicación potencian su propio código de valores. Las leyes de educación deben apostar claramente por la formación en valores, clave en la formación integral del alumno. Y esto es así por varios motivos.

En primer lugar por la creciente degradación moral que se viene produciendo en nuestra sociedad. La ausencia de valores o la aparición de otros (el culto al dinero, al poder, a la imagen, al tener, al éxito, entre otros) ha ido desplazando poco a poco a los grandes valores universales. En segundo lugar, por el traspaso

La educación en comunicación puede ser, junto a la transversalidad, la piedra angular de un currículum para la vida y no sólo para la escuela, de un currículum como medio de crecimiento y no como fin en sí mismo.

puede dar desde una correcta educación en medios de comunicación. Por otra parte, la provocación que surge de la oferta de los medios de comunicación no puede dejar impasible a sus consumidores⁴. Éstos deben reaccionar de manera libre y rigurosa.

La transversalidad y la educación en comunicación, en este punto, coinciden extraordinariamente en su fundamento.

Si la transversalidad tiene sentido es porque favorece la formación del alumno mediante la toma de contacto con pautas de comportamiento y actuación que estimulan su creatividad, el desarrollo de su capacidad crítica y, por tanto, la posibilidad de enfrentarse a la vida cotidiana presente y futura con garantías de ser una persona autónoma y capaz de defenderse ante la manipulación.

La transversalidad se fundamenta, por tanto, en la necesidad de fomentar un espíritu crítico y autónomo en el alumno. En este sentido, la educación en comunicación permite, igualmente, la creación de un receptor que pueda enfrentarse a las manipulaciones que surgen desde los propios medios, manipulaciones que tienen que ver, como queda dicho, con la propia realidad del alumno tratando de compensar las desigual-

de la responsabilidad de la educación a las instituciones oficiales y la dejadez de los padres en el proceso de formación de sus hijos. Esto obliga desde instancias superiores a centrar todos los esfuerzos en recuperar un marco moral y ético que impulse, motive y dé sentido a la formación integral.

La presencia de los medios de comunicación en la sociedad acentúa la necesidad de una formación en valores que ponga en alerta al alumno ante los continuos influjos que recibe a través de los mismos. La educación en comunicación responde a esta necesidad y se sitúa con la misma responsabilidad que se le otorga a la transversalidad en la formación integral.

Hablar de educación en comunicación es, por tanto, hablar de educación en valores. Es poner en relación al alumno, con su entorno, profundamente marcado por los medios de comunicación y a través de los cuales recibe continuos impactos que afectan a su código de valores, que se refieren a valores universales, tradicionales y a valores nuevos que se imponen mediante la repetición de estereotipos que terminan siendo habituales en la convivencia.

3. La educación en comunicación en el currículo

Vistas las claves que acercan la educación en medios de comunicación a los centros de enseñanza, no quisiera terminar sin, por lo menos, esbozar de qué manera debe la educación en comunicación formar parte del currículum escolar. La integración es una responsabilidad que afecta a todos los componentes del currículum. Y esto se tiene que traducir en la teoría y operativizar en la práctica. Si no existe coherencia entre lo que se plantea y cómo se desarrolla la educación en comunicación, ésta irremediablemente se condenará al fracaso. No se trata de buscar tiempos, espacios y métodos, única y exclusivamente. Se persigue implicar al conjunto de la organización escolar con el fin de garantizar la eficacia de una educación en comunicación.

Por una parte, está la cultura escolar. Y de la cultura escolar hay que descender a la organización del conocimiento. La educación en medios no es competencia de un área de conocimiento concreto. No requiere tampoco un perfil de profesor determinado que, según su formación y especialidad, parezca más idóneo en la puesta en marcha de una estrategia de comunicación. Requiere planteamientos globales que impregnen, de una u otra manera a todo el conjunto de la comunidad escolar, que responsabilice al colectivo de docentes y que ponga en guardia todos los elementos que componen la organización escolar. Y es aquí donde quiero traer el concepto «educación desde

la comunicación». Los planteamientos reformistas de la LOGSE trajeron diferentes tipos de relación de la educación en medios con el currículum escolar. Desde los talleres de la educación primaria o las asignaturas optativas de la educación secundaria, que terminan siendo un complemento de otras asignaturas, como lengua española o una alternativa de la enseñanza religiosa o ética⁵ hasta la consideración de eje transversal del currículum.

Esta última manera atraviesa todas las áreas de conocimiento y disciplinas y todas las etapas educativas. Como eje transversal participa de las características propias de la transversalidad –acerca a la realidad social, fomenta valores y favorece un tipo de metodología diferente dentro del aula con unas nuevas relaciones profesor-alumno– pero puede correr el riesgo de engrosar el currículum escolar con la carga negativa que esto representa en la percepción del alumno. El alumno interpreta que está ante una nueva disciplina que debe aprender para superar unos objetivos concretos. Esto le desmotiva hacia el verdadero objetivo que tiene la educación en comunicación. Propongo un nuevo tipo de relación de la educación en comunicación que afecta al diseño curricular global del centro: «educar desde la comunicación».

Educación desde estos presupuestos que se han desarrollado en el artículo, teniendo en cuenta la importancia de la comunicación en la formación del alumno. Intentando descubrir las claves interpretativas de los medios de comunicación. Incorporando a las aulas la reflexión que, sobre la realidad, hacen los medios. Realidad que es parte del equipaje que el alumno lleva a las clases. Aportando, de esta manera, formación para la vida, para la participación en la sociedad de manera activa y constructiva.

En este contexto, se puede definir la «educación desde la comunicación» como el equipamiento formativo que impregna al centro escolar en su totalidad, fruto de la personalidad que tienen los medios de comunicación, y que provoca no sólo su estudio y utilización, sino un espíritu que sensibiliza a los profesores y a los alumnos, modifica la percepción del entorno, fomenta la actividad creativa y crítica, alienta la participación y la autonomía y prepara para la integración efectiva del alumno en la sociedad.

En esta situación, la educación en comunicación no sólo se utiliza como apoyo didáctico sino que se integra en la propia dinámica del centro escolar, creando un espíritu del que se impregnan todas las estructuras organizativas del centro. Se trata de fomentar la creatividad, el análisis, la reflexión conjunta y personal, la crítica, la capacidad de decisión, la autonomía, la

responsabilidad, la formación de criterios desde cualquier ámbito de la escuela. Constituye un elemento clave del que se beneficia todo el centro y enriquece especialmente el proyecto de vida del alumno. Por tanto, afecta a toda la comunidad escolar porque exporta una metodología en la que debe implicarse todo el centro. Una metodología activa, participativa, flexible, abierta, personal y colectiva.

Notas

¹ En el año 1998, el Centro de Investigaciones Sociológicas realizó una encuesta a niños y jóvenes, entre 6 y 18 años. El 70% declaró que se dedicaba a ver la televisión un día escolar, entre 1 y 3 horas. En 2003, el director de TVE, Juan Menor, según publicó el diario «La Razón», declaró ante la subcomisión del Congreso que estudia la violencia en el ámbito audiovisual que 745.000 niños entre 4 y 12 años (de los 3,5 millones de niños censados) ven entre semana la televisión, a las 23 horas. En la II Jornada del Foro del espectador, celebrada en 2003, se dio el dato de que los niños españoles ven un promedio de 2 horas y 34 minutos al día. Están exactamente un mes y medio al año delante del televisor.

² Autores como Bernabeu resumen los beneficios de la educación en comunicación en determinados puntos. Entre otros, el desarrollo del espíritu crítico, la educación en valores, la promoción familiar en tareas educativas, el fomento de la autoestima.

³ Parece interesante traer aquí la aportación de otros autores como Campuzano para quien «los medios de comunicación y muy especialmente la televisión, están ganando posiciones en la función, compartida con el sistema educativo, de orientar los procesos de construcción social de la realidad».

⁴ En este punto, parece que hay práctica unanimidad entre los numerosos autores que han tratado este tema. Autonomía ante los mensajes o hábitos de uso crítico (Margalef), receptores y telespectadores críticos y autónomos (Grupo Comunicar) o consumidores críticos (Masterman) son algunas de las expresiones empleadas para acentuar la importancia de una formación para la libertad.

⁵ La presencia de los medios de comunicación en el currículum se reduce en educación primaria a complementos o alternativas a disciplinas concretas. En educación secundaria obligatoria (ESO) y bachillerato son materias optativas. «Procesos de comunicación» en ESO y «Comunicación audiovisual» en bachillerato. Dentro del área de educación plástica y visual se encuentra «Imagen y expresión».

Referencias

- AGUADED, J.I. (1998): *Descubriendo la caja mágica. Enseñamos a ver la tele*. Huelva. Grupo Comunicar.
- APARICI, R. (1996): «Medios de comunicación y educación», en *La Obra*, 898; 3-7.
- BERNABÉU, N. (1995): «La educación en materia de comunicación», en *Cuadernos de Pedagogía*, 234; 8-11.
- GARCÍA MATILLA, A. (1999): «Escuela, televisión y valores democráticos», en *Comunicar*, 13; 107-110.
- GARCÍA MATILLA, A. (2003): *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona, Gedisa.
- MARGALEF, J.M. (1998): «Reforma educativa y educación en materia de comunicación», en *Comunicación y Pedagogía*, 148; 75-79.
- MASTERMAN, L. (1993): *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid, De la Torre.
- SÁNCHEZ-GRANDE, M. (1999): «La educación para el uso de los medios de comunicación y su identidad crítica», en *Comunicar*, 12; 186-190.

