



MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

ROBERTO APARICI MARINO*

RESUMEN. Los medios de comunicación y las tecnologías digitales de la información conforman un sistema educativo informal que actúa como escuela paralela a la convencional con sus propios códigos, lenguajes, normas y valores.

La acción y los efectos de la escuela paralela se dan tanto de forma inmediata como a largo plazo, como ocurre con la educación convencional.

Desde hace más de treinta años, una disciplina, la Educación para los Medios también denominada Educación para la Comunicación se ocupa de estudiar los medios de comunicación y las tecnologías digitales de la información con el fin de conocer las construcciones de la realidad que realizan así como ofrecer los instrumentos para expresarse a través de ellos.

En los últimos diez años, la Administración ha abandonado a su suerte el desarrollo de este campo. Asociaciones y ONG han tomado el relevo y son quienes, principalmente, están realizando estos procesos de formación.

ABSTRACT. The media and the digital information technologies constitute an informal education system, which functions as a school parallel to the conventional one, with its own codes, languages, rules and values. As happens with conventional education, the action and consequences of the parallel school may appear immediately and in the long-term.

For more than thirty years a subject, Media Education, also known as Communication studies, has analysed the media and the digital information technologies with the purpose of knowing the construction of the reality they make, as well as providing the instruments of expression through those media.

In the last ten years, the Administration has abandoned the development of this field to its fate. Associations and NGOs have taken over and it is mainly them who carry out these educational activities.

(*) Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).

En los últimos treinta años, en diferentes contextos y con distinta intensidad, se han desarrollado programas para formar en el conocimiento de los medios de comunicación. ¿Cuál ha sido el motivo de crear una nueva disciplina destinada a los estudiantes más jóvenes?

Niños y adolescentes pasan más tiempo en contacto con los medios, sobre todo televisión y ordenadores, que en la escuela. En función del contexto familiar y social un niño ve, aproximadamente, unas 27 horas de televisión a la semana, sin contar el tiempo que dedica a otros medios. La radio es el medio preferido por los adolescentes que son los principales consumidores de música pop y los que convierten en éxitos los temas del momento. No sólo el consumo de radio aumenta en esa edad, sino también el de revistas, periódicos y la frecuencia de asistencia al cine. Poco antes de terminar la enseñanza secundaria un estudiante pasa aproximadamente unas 11.000 horas en un instituto, frente a unas 15.000 horas ante el televisor y unas 10.500 horas oyendo música pop. Además de otras miles de horas dedicadas a otros medios de comunicación como Internet, videojuegos, telefonía móvil, cómic y cine.

Ante esta situación, bastante extendida a nivel internacional, docentes y padres comparten la responsabilidad de asegurar que los estudiantes comprendan el significado de estar viviendo en un contexto, sobre todo, audiovisual y digital. Los medios de comunicación y las tecnologías digitales de información ofrecen no sólo información y entretenimiento, sino también formas y contenidos que afectan al sistema de percepción de valores y actitudes.

El objetivo de la enseñanza de los medios no es formar futuros profesionales de la televisión, de la radio, de la prensa o de las tecnologías de la información sino ofrecer una disciplina que le permita

comprender críticamente el contexto audiovisual y digital en el que vive. Una persona crítica en palabras de Zeccheto es:

Aquel individuo cuyos hábitos mentales lo llevan en forma activa, a enjuiciar las diversas formas de conocimiento que proporcionan los medios de difusión masiva, analiza los elementos y las estructuras que los componen y percibe los alcances ideológicos hacia los cuales tienden (Zeccheto, 1986, p. 54).

La enseñanza de los medios debemos entenderla como una formación en valores y, por consiguiente, tiende a complementar la formación en la ciudadanía y la democracia que se hace en el resto del currículum.

La preocupación social que comienza a manifestarse sobre la relación de niños y jóvenes con medios de comunicación y las tecnologías de la información está estrechamente vinculada a dos factores: por un lado, el tiempo que dedican a la televisión, Internet, teléfono móvil, radio, etc.; y, por otro, los valores y representaciones que transmiten estos medios que terminan asumiéndolos como suyos. Masterman (1993, pp. 16-17) considera que la enseñanza de los medios es un asunto prioritario en la formación de niños y jóvenes y ofrece las siguientes razones para introducir su estudio tanto en la enseñanza formal como no formal:

- El elevado índice de consumo de medios y la saturación de éstos en la sociedad contemporánea.
- La importancia ideológica de los medios y su influencia como empresas de concienciación.
- El aumento de la manipulación y fabricación de la información y su propagación por los medios.

- La creciente penetración de los medios en los procesos democráticos fundamentales.
- La creciente importancia de la comunicación e información visuales en todas las áreas.
- La importancia de educar a los alumnos para que hagan frente a las exigencias del futuro.
- El vertiginoso incremento de las presiones nacionales e internacionales para privatizar la información. (Masterman, 1993, pp. 16-17).

como adversarias, o a aliarse. En todos los casos ello concierne de modo muy cercano a los docentes. (Porcher, 1976, p. 5).

La escuela paralela ofrece un universo construido con un lenguaje específico en función de cada medio. En unos predominan los sonidos, en otros los textos, en otros las imágenes y en otros se da una conjunción de todos ellos. Asimismo, la emisión de mensajes lleva implícita la difusión de valores, normas y actitudes que suelen entrar en contradicción con el universo escolar.

LA ESCUELA PARALELA

El conjunto de los medios de comunicación y las tecnologías digitales de la información conforman un sistema educativo informal que actúa como escuela paralela a la convencional con sus propios códigos, lenguajes, normas y valores. Esta cuestión ya fue anticipada por Porcher hace más de treinta años cuando afirmaba:

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

Sus instrumentos son los de la comunicación de masas: cabe citar esencialmente, la prensa, el cómic, la radio, el cine y, sobre todo, la televisión. Estos nuevos canales de educación, no controlados por los docentes, llegan a los alumnos de forma asidua y masiva. Cualquiera que sea la opinión que se tenga al respecto, no es posible descuidar el problema pedagógico y sociológico que plantean. Es cuestión de saber si la escuela y la escuela paralela van a ignorarse, a comportarse

LOS NUEVOS ANALFABETOS

Las instituciones educativas formales prestan escasa o nula atención a nuevos conocimientos vinculados con el contexto comunicativo e informacional en el que se mueven cotidianamente niños y jóvenes.

La escasa atención que el sistema educativo presta al conocimiento de los nuevos lenguajes, está generando desde la propia escuela un nuevo tipo de analfabeto: aquellos individuos que no conocen los instrumentos básicos para analizar los mensajes de los medios de comunicación y de las tecnologías de la información. Es necesario definir entonces, el nuevo tipo de alfabetización que concierne a la comunicación analógica y digital y las competencias que deben alcanzarse. Esta nueva alfabetización la denominamos multimedia. La alfabetización multimedia es la capacidad de decodificar, evaluar y comunicarse en una variedad de medios (Internet, televisión, vídeo, ordenadores, radio, prensa, teléfono móvil, etc.). Pero, también podemos hablar, específicamente, de alfabetización audiovisual, alfabetización digital, etc.

La acción y los efectos de la escuela paralela se dan tanto de forma inmediata como a largo plazo como ocurre con la educación convencional que, suele afirmarse, forma para toda la vida. Debemos agregar que los medios de comunicación también lo hacen y, en este sentido, Porcher sentó ya las premisas cuando afirmaba que:

Sociológicamente, el verdadero peso de los medios masivos resulta considerable a largo plazo. Mediante su influencia sobre los niños, está modelando al futuro adulto y, por consiguiente, le están brindando nuevas referencias culturales (Porcher, 1976, p. 62).

El alcance de los efectos inmediatos pueden comprobarse fácilmente en el éxito que tienen las campañas publicitarias, los efectos mediatos están íntimamente ligados a la construcción de valores y de normas así como a la concepción del mundo que se articula a través de las representaciones sobre los más diversos temas.

Todos los medios tal como lo hace la escuela se encargan de educar, pero hasta ahora no se ha prestado suficiente atención a cómo lo hacen y a las metodologías que utilizan. En este sentido García Matilla dice:

Educar debe identificarse aquí con el sentido de conducir, de tratar de vencer, de transmitir una visión del mundo centrada en la imposición reiterada de unos valores machaconamente presentados y que atienden a una serie de principios que suelen calar en las conciencias de muchos ciudadanos (2003, p. 132).

El nuevo tipo de analfabeto no tiene características estandarizadas. Puede ser cualquier hombre o mujer de un entorno

urbano o rural que aun sabiendo leer y escribir tiene dificultades para comprender la realidad construida por los medios.

El tiempo que cada persona dedica a un medio no significa que conozca la dinámica de su funcionamiento ni que comprenda sus mecanismos de acción. Un analfabeto mediático queda fascinado por el mensaje y la tecnología del medio y sólo puede describir los contenidos que percibe. El objetivo de estar alfabetizado conlleva la idea de comprender y transformar el mundo que le rodea. Y, precisamente, el mundo en el que participa la mayoría de la gente es una construcción realizada por los medios de comunicación. En ese sentido se manifestaba Ely hace poco más de veinte años cuando afirmaba:

Una persona alfabetizada hoy en día es capaz de comprender, interpretar y utilizar innumerables estímulos que se le presentan en un medio ambiente determinado. El lenguaje escrito y hablado, la música, los sonidos las imágenes fijas y animadas, los objetos y los fenómenos naturales son algunos de los estímulos que influyen en el individuo, y, por lo tanto, requieren ser comprendidos, interpretados y utilizados. La escuela se limita a menudo a la enseñanza tradicional de la lectura y la escritura, algunas veces a expensas de la observación. Este enfoque limitado no es suficiente para estudiantes que viven en un mundo complejo que requiere un tipo de alfabetización que va más allá de los conocimientos y aptitudes de la escuela primaria básica. (Ely, 1984, p. 102).

Las competencias mínimas que deben alcanzarse en un programa de enseñanza de los medios comprenden el conocimiento y comprensión acerca de al menos diez cuestiones:

- ¿Quién es el que comunica y por qué lo hace, en síntesis quién es el

responsable de esas representaciones? (Propiedad y dominio de los medios de comunicación, sociología de las profesiones de la comunicación).

- ¿Cómo se logra exactamente el efecto ideológico de esas representaciones?
- ¿Cuáles son los códigos y técnicas dominantes que se emplean actualmente para transmitir un significado?
- ¿Cuáles son los valores que están implícitos en el mundo que construyen los medios de comunicación?
- ¿Cómo percibe el público esas construcciones de la realidad?
- ¿Qué procedimientos y técnicas utiliza el medio para atraer a su audiencia?
- ¿Cómo sabemos lo que significan esas construcciones, esas representaciones de la realidad?
- ¿Qué papel juega cada uno de los medios en la vida de los ciudadanos?
- ¿Existe algún tipo de vínculo entre diferentes medios, organizaciones, partidos políticos y si lo hubiera cuáles son sus consecuencias?
- ¿Cuáles son las fuentes de financiación de cada medio?

LA ENSEÑANZA DE LOS MEDIOS

El campo de estudios que tiene como objetivo la enseñanza de los medios se denomina «Comunicación educativa», «Educomunicación» o «Educación para los Medios» y en el contexto anglosajón se la conoce con los términos *Media Education* o *Media Literacy*. Esta disciplina se ocupa de estudiar los medios de comunicación y las tecnologías digitales de la

información con el fin de conocer las construcciones de la realidad que realizan y, al mismo tiempo, ofrecer los instrumentos para expresarse a través de ellos. Este tipo de estudio no es sólo de carácter teórico, sino también de carácter práctico y experiencial, donde se ponen en juego, sobre todo, diferentes dinámicas de comunicación y producción. El desarrollo de la comunicación educativa está íntimamente vinculado a su integración en el currículum obligatorio. Este es el caso de Australia, Canadá y, en menor intensidad, de Gran Bretaña.

En otros países, aparecen como asignaturas optativas que abordan el estudio de los medios de comunicación o de las tecnologías de la información y de la comunicación. Pero, en la mayoría de los casos se abordan como temas aislados dentro de áreas como Lengua, Ciencias Sociales o Educación Artística. En España y en algunos países de Latinoamérica (Brasil, México, Argentina, Colombia) se incluye el estudio de la comunicación, de los medios y de las tecnologías digitales en programas de educación popular y de educación de adultos, o se incorporan en la enseñanza primaria y secundaria de manera informal o no sistemática.

Los mayores esfuerzos que ha hecho el sistema educativo en este campo ha sido dotar de ordenadores con conexión a Internet y ofrecer un modelo de formación vinculado más con la ingeniería que con el conocimiento y comprensión del propio medio. Esta concepción instrumental extendida en la mayoría de las escuelas que se ha constituido en «la norma» ha borrado o ha hecho desaparecer casi las huellas del movimiento de educación para la comunicación que se desarrollaba a comienzos de la década de los años noventa y que pretendía vincular la realidad mediática con la realidad escolar.

Debemos admitir que estos últimos diez años han significado el triunfo de la «cacharrería» y de los modelos neoconductistas en la enseñanza de las tecnologías así como el paulatino abandono de modelos reflexivos y críticos que pretendían formar para la comprensión y análisis de los medios. Son clarificadoras las palabras de Roszak:

En un momento en que los ordenadores invaden las escuelas, es necesario que tanto maestros como estudiantes tengan presente esa distinción. Pero gracias a la mística, a esa especie de culto, que rodea al ordenador, la línea que divide la mente de la máquina se está haciendo borrosa. Por consiguiente, la razón y la imaginación, facultades que la escuela debe exaltar y fortalecer, corren el peligro de verse diluidas con imitaciones mecánicas de grado inferior. (Roszak, 1990, p. 9).

Esta cuestión que plantea Roszak la comprobamos a diario en la mayoría de los centros escolares que demuestran conocer y/o usar ordenador o Internet pero que desconocen cuestiones básicas sobre la comprensión del propio medio. Podemos decir que las prácticas y usos mecánicos de las TIC que se han estandarizado no permiten comprender su significado. Obsesionados por conocer el funcionamiento de nuevos programas informáticos, se ha descuidado un punto central como es el de pensar sobre los medios y sobre las tecnologías. En este sentido, Mattelart dice que:

Frente al auge de las corrientes neopositivistas y a la fascinación por las herramientas tecnológicas que las acompañan (es necesario) subrayar la importancia de una reflexión epistemológica. (Mattelart, 1989, p. 21).

LA FORMACIÓN DE DOCENTES

La formación de profesores en el campo de la comunicación y de las tecnologías ha estado vinculada, sobre todo, a la utilización de los medios tecnológicos en el aula. No existe una práctica extendida de desconstruir los mensajes ni de implicar a los estudiantes en un modelo de comunicación participativa y democrática.

Como en muchos otros países, la formación de los profesores de medios en España ha estado estrechamente vinculada a la formación tecnológica e instrumental. A veces se realizan actividades que fascinan a los alumnos y se cree que pueden permitirles descubrir y apropiarse de un determinado conocimiento acerca de los medios, cuando en verdad se los está vinculando más y más a la industria cultural que se analiza, hasta tal punto de que, a veces, los docentes son mediadores en la conformación de un lector, un espectador o un mero consumidor de programas.

Frente a los planteamientos progresistas que hiciera Freinet sobre el uso de la prensa en educación, el New York Times creó en los años setenta una estrategia de marketing con el fin de conformar a los lectores de fin de siglo. Desarrolló una campaña que tuvo por finalidad la incorporación de este medio en el aula. Esta campaña no pretendía formar lectores críticos sino todo lo contrario. El New York Times, que se presenta como un periódico serio e independiente, puso en práctica un programa que buscaba, a largo plazo, nuevos lectores. Este proyecto no analizaba cómo se fabricaban las noticias, la ideología, la vinculación con el poder y tampoco las formas de representación de la realidad que presentaba en sus propias páginas.

En los años ochenta, le tocó el turno al vídeo y se desarrollaron programas

específicos para su incorporación en el aula. Ahora le toca el turno a los entornos multimedia y a las autopistas de la información. Para ello se desarrolla una campaña de marketing a escala mundial con el fin de vender más tecnología. ¿De qué se beneficia un profesor de medios si usa esta tecnología y no reflexiona acerca de lo que significa su utilización? Estamos ante una situación similar a la que se planteaba hace diez años en relación con la incorporación del vídeo en la escuela. En estos momentos la mayoría está fascinada con las TIC y presupone la solución de todos los problemas del proceso de enseñanza/aprendizaje. Lo que no suele decirse es que la mayoría de los multimedia, por ejemplo, responden a modelos de aprendizaje conductista donde los usuarios sólo tienen la ilusión de la participación y de la interactividad y que su antecedente más cercano a este modelo es la instrucción programada que se desarrolló en la década de los sesenta.

La introducción de una tecnología en el contexto educativo puede tener apariencia pedagógica pero, a veces, no es otra cosa que una estrategia de marketing. Y los educadores se convierten inconscientemente en agentes de venta.

El movimiento incipiente que tuvo lugar en España a fines de los años ochenta y comienzos de los años noventa en el campo de la comunicación educativa ha ido extinguiéndose por diferentes razones: normativas del MEC, políticas públicas sobre una concepción instrumental tecnológica e instrumental que han asumido escuelas y docentes e implantación de modelos empresariales y economicistas para el uso de hardware y software en las escuelas.

En los últimos diez años han nacido asociaciones y ONG que se dedican a la enseñanza de las tecnologías de la información y de la comunicación y, podemos afirmar que, el declive de la enseñanza de

los medios en la educación formal es inversamente proporcional a la actividad realizada por diferentes asociaciones y organizaciones civiles que potencian el estudio de las TIC de manera reflexiva y crítica. Sintetizando, afirmamos que el abandono que el Estado ha realizado en la escuela pública en el campo de la comunicación educativa es inversamente proporcional a la acción que ha desarrollado la sociedad civil a través de diferentes organizaciones sociales.

LOS CONCEPTOS BÁSICOS EN LA ENSEÑANZA DE LOS MEDIOS EN EL SIGLO PASADO

En la actualidad conviven viejos y nuevos principios en la enseñanza de medios. Durante la década de los años ochenta y buena parte de los noventa, se enunciaron una serie de conceptos básicos que están aún presentes a la hora de estudiar los medios. Tyner (1996) los resumió en los siguientes principios:

LOS DOCUMENTOS AUDIOVISUALES SON COMUNICACIÓN MEDIADA

Los medios de comunicación realizan representaciones y construyen la realidad. En ningún caso, los medios reflejan o reproducen un acontecimiento, en ese sentido hace más de 20 años Masterman especificó que:

Los medios de comunicación no se limitan a construir sucesos. Les dan un sentido y un significado ¿cómo lo hacen?

En primer lugar es evidente que el acto mismo de seleccionar privilegia a ciertas personas, sucesos o temas. Los medios de comunicación nos dicen lo que es importante con lo que señalan

y con lo que pasan por alto, con lo que amplifican y con lo que se callan, pero también definen el modo en que procede examinar tales sucesos, y los marcos interpretativos que procede aplicar. (Masterman, 1984, p. 154).

**AUNQUE LOS DOCUMENTOS
AUDIOVISUALES NO SON REALES,
PUEDEN MODELAR NUESTRAS ACTITUDES,
CONDUCTAS E IDEAS SOBRE EL MUNDO**

Las representaciones que realizan los diferentes medios han sido previamente seleccionadas, se muestran ciertos acontecimientos, personajes, lugares y se omiten otros. El contenido como la forma pueden influir en nuestra percepción del mundo. Bourdieu al referirse a la televisión dice que:

La televisión puede, paradójicamente, ocultar mostrando. Lo hace cuando muestra algo distinto de lo que tendría que mostrar si hiciera lo que se supone que se ha de hacer, es decir, informar, y también cuando muestra lo que debe, pero de tal forma que hace que pase inadvertido o que parezca insignificante, o lo elabora de tal modo que toma un sentido que no corresponde en absoluto a la realidad. (Bourdieu, 1997, p. 24).

Los medios son empresas y cada una de ellas enjuician y valoran todos los acontecimientos, sean del pasado, presente o futuro, y lo hacen de manera redundante y repetitiva. De alguna manera todos los procedimientos, recursos expresivos y técnicas que utilizan terminan por constituir un «modelo pedagógico invisible» que puede influir en el punto de vista del público de los medios.

**LAS AUDIENCIAS NO
SON ENTIDADES PASIVAS**

Las audiencias pueden estar en una actitud de descanso o reposo, pero nunca son pasivas. En todo momento negocian significados, aprueban o rechazan lo mostrado, se identifican o no con personajes, situaciones, etc.

**LAS INDUSTRIAS DE LOS
MEDIOS HACEN QUE AUMENTEN
EN MILES DE MILLONES LAS ECONOMÍAS**

Los Estados Unidos junto con Europa y Japón controlan la producción de los medios a escala mundial. Los medios constituyen una industria que se diversifica en centenares de productos de consumo masivo, además del específico como es el de producir contenidos para cada medio.

**LA OBJETIVIDAD Y EL EQUILIBRIO
SON IDEALES PERIODÍSTICOS,
PERO LOS MEDIOS NO SON OBJETIVOS**

Cada empresa mediática realiza una representación del país y del mundo. Virilio dice que el mundo se ha convertido en una representación y precisa:

Vivimos el mundo a través de una representación que, como las fotografías con teleobjetivo, distorsiona los planos lejanos y los planos cercanos y hace de nuestra relación con el mundo una relación en la que se ven en un mismo plano lo lejano y lo cercano. Al igual que la perspectiva del espacio real era la organización de una óptica nueva –la óptica geométrica de los puntos de fuga y la óptica convergente–, la perspectiva del tiempo real es la puesta en práctica de una óptica distinta, la óptica ondulatoria.

A partir de ahora ya no nos enfrentamos a los problemas de los rayos solares y de la luz; nos enfrentamos a los problemas de la radiación electromagnética. (Virilio, 1997, p. 83).

LOS MEDIOS HAN ALTERADO DE MODO IRREVERSIBLE EL PAISAJE DE LAS MODERNAS CAMPAÑAS POLÍTICAS

Los medios han sido los mejores aliados de los políticos y sus campañas están íntimamente ligadas a sus estrategias comunicativas. Es interesante destacar cómo los partidos políticos se modifican en su contacto con los medios y cómo los medios realizan una actividad política con un tratamiento diferencial a cada partido.

LA GENTE DISFRUTA MUCHO DEL USO DE LOS MEDIOS

En el mundo desarrollado como en el subdesarrollado los medios constituyen una de las principales fuente de ocio.

Todos estos conceptos aún siguen vigentes, pero son insuficientes para el estudio de los medios en esta nueva década. El desarrollo y expansión de las tecnologías de la información en el contexto de la globalización neoliberal ha supuesto una serie de profundos cambios en la industria de los medios y en el análisis de los mismos en contextos educativos.

LOS CONCEPTOS BÁSICOS EN LA ENSEÑANZA DE LOS MEDIOS EN EL SIGLO XXI

Las transformaciones tecnológicas e informacionales que estamos viviendo requieren que se introduzcan nuevos conceptos

para el estudio de los medios, algunos de ellos son:

LA EDUCACIÓN PARA LA COMUNICACIÓN DEBE ENTENDERSE COMO UNA FORMACIÓN PARA LA CIUDADANÍA Y PARA LA DEMOCRACIA

El objetivo de los medios en estos momentos es formar consumidores. Esta formación invisible conlleva una ideología que impregna a la sociedad civil: el consumo indiscriminado. Para Rushkoff:

Las fuerzas en el poder han desarrollado muchas redes que esperan controlar, manipular o al menos, capitalizar sobre los comportamientos y deseos de la población. La televisión y los medios asociados han criado una generación de consumidores condicionados, ansiosos por comprar cualquier cosa que se anuncie. Más aún, para proteger la soberanía de las naciones capitalistas y favorecer el flujo del capital, la industria armamentística y los bancos han erigido redes de comunicación que conectan todo el globo. Mediante satélites, ordenadores y telecomunicaciones, una nueva infraestructura –los senderos de la infósfera– se han superpuesto a las coordenadas preexistentes como una metacoordenada, imponiendo el materialismo subyacente, la causalidad, la dualidad y el control. (Rushkoff, 2000, p. 272).

Estas cuestiones obligan a reformular cómo se concibe la esfera pública y cómo debe impregnarse a todos los sectores sociales en el contexto mediático que se está viviendo. En este sentido García Canclini dice que:

A diferencia de la época en la que se enfrentaban quienes colocaban todas sus ilusiones en alguna transformación mágica del Estado y quienes confiaban todo el cambio al proletariado

o las clases populares, ahora se trata de ver cómo podemos rehacer conjuntamente el papel del Estado y de la sociedad civil. Para no simplificar lo que entendemos por una y otra, necesitamos repensar a la vez las políticas y las formas de participación, lo que significa ser ciudadanos y consumidores. (García Canclini, 1995, p. 1889).

Las instituciones educativas formales como no formales pueden y deben desarrollar acciones con el fin de redefinir el papel de la ciudadanía en el contexto de la sociedad de consumo. Martín Barbero señala que:

Si lo propio de la ciudadanía es el estar asociada al reconocimiento «recíproco», esto pasa decisivamente hoy por el derecho a informar y ser informado, a hablar y ser escuchado. imprescindible para poder participar en las decisiones que conciernen a la colectividad. De ahí que una de las formas más flagrantes de exclusión ciudadana se sitúe justamente ahí en la desposesión al derecho a ser visto, que equivale al de existir/contar socialmente, tanto en el terreno individual como el colectivo, en el de las mayorías como en el de las minorías. (Martín Barbero, 2002, p. 109).

La transmutación que ha convertido a los ciudadanos en meros consumidores, obliga a reflexionar sobre cómo se puede recuperar el papel de ciudadanos y cómo desde la educación se puede actuar para reestablecer la identidad perdida. Martín Barbero dice que para ello ocurra debe transformarse la concepción y usos que se hacen de las tecnologías en las aulas cuyo modelo instrumentalista y tecnológico se adecua más a la ideología consumista que a una ideología ciudadana. Observa que:

La indispensable crítica tanto de los contenidos como de las distintas

formas de seducción de los medios audiovisuales sólo resultará válida y socialmente eficaz cuando la escuela sea capaz de insertar esa crítica en un proyecto de cambio educativo de envergadura cultural. Entiendo por tal, en primer lugar, un proyecto que replantee la idea de cultura con la que la escuela trabaja en nuestros países para que comience a dar entrada a las ciencias y las tecnologías, tanto en cuanto dispositivo de productividad como de transformación de los modos de percibir, de saber y de sentir.

Lo que implica incorporar las nuevas tecnologías de comunicación e información como «tecnologías intelectuales» (P. Levy) esto es como estrategias de conocimiento y no como meros instrumentos de ilustración o difusión. (Martín Barbero, 2002, p. 57).

LOS MEDIOS CONFIGURAN Y CONFORMAN LA INTERPRETACIÓN DE LOS ACONTECIMIENTOS

Los medios no sólo representan y construyen la realidad, sino que también la interpretan. Existen pocos márgenes para que la audiencia pueda establecer o desarrollar su propio modelo interpretativo. De alguna manera, es necesario poner al descubierto los mecanismos de funcionamiento que se utilizan para llevar a cabo este mecanismo que empieza y termina en el propio medio. El reforzamiento constante de los mismos mensajes y de su supuesta interpretación deja pocos resquicios para que puedan negociarse otros significados que los emitidos. Así como en décadas pasadas el trabajo se centró en poner al descubierto los mecanismos representacionales para la construcción de la realidad, ahora se hace necesario analizar los procedimientos y técnicas que permitan descubrir los modos de

interpretación que utilizan los medios de sus propios mensajes.

LA CONCENTRACIÓN DE MEDIOS EN MANOS DE POCAS EMPRESAS CONLLEVA UNA HOMOGENEIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN

En los últimos años, se ha producido una fusión de empresas mediáticas tanto a nivel nacional como internacional. Conocer la red de fusiones es esclarecedor para saber hasta qué punto frecuentar diferentes medios significa o no obtener una información diferente.

En 1999, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) advertía que:

La industria mundial de la recreación y los medios de comunicación está dominada por un puñado de grandes empresas que controlan tanto las redes de distribución, como la programación, incluidas las noticias y las películas, enviadas por televisión de cable y satélite a los hogares de todo el mundo. (www.solidaridad.net).

Otro dato que aparece en esa misma página web es que de las primeras 300 empresas de información y comunicación, 144 son norteamericanas, 80 son de la Unión Europea y 49 japonesas. El control y distribución de la información se concentra en tres grandes áreas y afecta a todo el planeta.

LOS MEDIOS SON «MEDIADORES» DE LAS TENSIONES, PULSIONES Y CONFLICTOS DE LA SOCIEDAD

Los medios de comunicación realizan sus representaciones en función del contexto simbólico y real de la población. Las ten-

siones, desajustes y conflictos sociales invisibles, pero presentes en la sociedad, se muestran en los medios en formatos que provocan, al mismo tiempo, identificación y rechazo.

Existe un acuerdo implícito en las audiencias y en los medios para que este tipo de publicaciones y programas de radio y televisión existan, funcionen y tengan éxito. Programas o revistas del corazón, *talk show*, *reality show* son proyecciones mediáticas de lo que desea u ocurre en la sociedad real. Existe una relación biunívoca entre el mundo simbólico de la audiencia y la realidad mostrada en el medio.

Aunque siempre el punto de mira se dirige a los medios, es necesario realizar un doble análisis centrado en estos y en su contexto social.

LA CONVERGENCIA DE MEDIOS IMPLICA NUEVOS PROCEDIMIENTOS DE PRODUCCIÓN Y ANÁLISIS

Estamos ante el inicio de una nueva modalidad tecnológica donde van a converger los diferentes medios. Así como en la televisión convergen el cine o el deporte, en Internet y en la telefonía móvil lo hacen todos los otros medios. Estamos ante el inicio de un «nuevo» desarrollo tecnológico que abre muchas posibilidades para la emisión, producción y distribución de mensajes.

LOS RELATOS AUDIOVISUALES TIENEN ESTRUCTURAS ABIERTAS

Se ha producido una hibridación de géneros y formatos donde unos se superponen con otros. En el proceso de hibridación que se está llevando a cabo se suele dar un tratamiento ficcional a la

información y un tratamiento documental a la ficción. Asimismo, se espectaculariza la información y los espectadores intercambian constantemente la imagen y la realidad mostrada. En este sentido Lull dice:

Si pretendemos explicar la compleja naturaleza interactiva y a menudo contradictoria de los medios y la cultura, debemos reconocer tres axiomas fundamentales: la estructura no está fija ni es determinante; los mensajes simbólicos son polisémicos y multisémicos, y los actores sociales interpretan y usan su entorno simbólico de manera que representan sus intereses personales, sociales y culturales (...).

Tenemos que vérnoslas con una trama de ambientes: complejos y contradictorios sistemas de mensajes producidos y distribuidos por instituciones sociales que penetran culturalmente en diversos puntos de reunión y diversas comunidades de recepción, interpretación y uso. (Lull, 1997, p. 226).

LOS PROPIETARIOS DE LOS GRANDES MEDIOS EN EUROPA Y EN AMÉRICA DE NORTE A SUR SON MAYORITARIAMENTE HOMBRES, BLANCOS Y APARENTEMENTE HETEROSEXUALES

El tratamiento de raza y de género está estrechamente vinculado a las características de sus propietarios. El predominio casi absoluto de blancos sobre otros grupos étnicos, es mucho más visible en Europa y en América Latina. En el caso de Estados Unidos negros, asiáticos e hispanos tienen un cierto grado de visibilidad por las actividades que realizan diferentes movimientos sociales. En el caso específico de España gitanos e inmigrantes suelen estar representados negativamente aunque significan algo más del 10% de la

población. Podemos afirmar que los medios de una manera enmascarada están excluyendo a los no blancos.

En cuanto a cuestiones de género, la representación de la mujer y de las minorías sexuales responde a parámetros de heterosexuales blancos masculinos. En los últimos años, han surgido diferentes medios coordinados por asociaciones, ONG y pequeñas empresas que están realizando un tratamiento de las cuestiones étnicas y de género desde la perspectiva de los propios grupos, es decir desde la perspectiva del otro.

LA INTERACCIÓN SOCIAL COMIENZA A SER PREDOMINANTEMENTE VIRTUAL

Las tecnologías digitales permiten que cada individuo pueda ser un productor de mensajes y pueda distribuir la información en pequeña escala. Internet y la telefonía multimedia abre posibilidades insospechadas para que la ciudadanía pueda organizar redes así como producir y distribuir mensajes multimedia.

La interacción en el ciberespacio está dando lugar a que colectivos de ciudadanos puedan desarrollar diferentes acciones superando las relaciones espacio/temporales. Estas acciones en los espacios virtuales tienen por objetivo entre otros una democratización en las comunicaciones, pero como muy bien señala León:

La lucha por la democratización de la comunicación no es ni será fácil. El poder adquirido por las mega corporaciones que dominan esta área es enorme, tanto en términos de recursos como en relación con su orientación para dar visibilidad pública según sus propias conveniencias, cuestión que se torna crucial para aquéllos que actúan o quieren actuar en las instancias de la

decisión política. Sería ingenuo esperar que surja un cambio desde el interior del sistema: nos queda solamente empeñarnos en una gran movilización ciudadana para modificar el curso de los acontecimientos. (León, 2003, p. 412).

LAS TIC FAVORECEN A LOS QUE TIENEN ACCESO A LOS MEDIOS Y DISCRIMINAN AL RESTO

El estudio de las TIC obliga a realizar un análisis de la accesibilidad no sólo por cuestiones físicas sino también por cuestiones sociales. ¿Qué brechas genera la introducción de un nuevo medio? ¿Qué consecuencias tiene? ¿Quiénes no tienen acceso? ¿Por qué? ¿Cómo se pueden reducir las diferencias? ¿Cómo se pueden desarrollar políticas públicas de inclusión social y digital? ¿La inclusión digital implica la inclusión social o viceversa?

LAS EMPRESAS DE MEDIOS INTENTAN ESTIGMATIZAR O DOMESTICAR A LOS MOVIMIENTOS SOCIALES QUE REALIZAN ACCIONES EN EL CAMPO DE LA EDUCACIÓN MEDIÁTICA

Las acciones que se desarrollan en el campo de la educomunicación pueden ser estigmatizadas por las empresas de los medios. Si la acción crítica llegara a ser visible las empresas o bien intentarían incorporar los contenidos de educación para la comunicación en su empresa suprimiendo toda la carga reflexiva o bien serían estigmatizados utilizando todas las formas representacionales que están a su alcance. En este sentido Balandier dice:

El poder dispone de una auténtica tecnología de las apariencias que le permite, a un mismo tiempo,

producir la impresión de una cierta transparencia y suscitar la connivencia pasiva o activa de una gran cantidad de gobernados espectadores, de manera que estos pueden experimentar, en una primera instancia, el sentimiento de que gozan de libertad de determinación –frente a la imagen que se ha introducido en su universo privado– y de posibilidades de participación. (Balandier, 1994, p. 128).

LOS EDUCOMUNICADORES EN LOS AMBIENTES REALES Y VIRTUALES

Si en décadas pasadas eran la televisión, la radio, la prensa, el cine o el cómic el objeto de estudio, en ésta nueva década deben incluirse los videojuegos, los multimedia, Internet y la telefonía móvil. La enseñanza de los medios se mueve en estos momentos en dos ámbitos el real y el virtual y desde ambos ámbitos se busca la construcción de nuevas redes sociales. El mediador de este proceso es el «educador».

Las diferentes relaciones y vinculaciones entre empresas, poder y concentración de medios sitúa a los educadores en una situación muy especial: Aliarse a los que proponen la trama informacional, ser un *outsider* mesiánico, mediar entre los diferentes actores del proceso, infiltrarse como topo y formar grupos y construir representaciones del mundo de otra naturaleza, resistir desde la asociación o institución en la que está actuando, integrar u organizar grupos en el ciberespacio y en los espacios ciudadanos.

La actividad en la red suele convertirse en un juego, pero también puede ser un canal para desarrollar movimientos cooperativos y solidarios en el ciberespacio que sean algo más que un intercambio, un trueque o una ayuda para una duda puntual. Muchos alumnos realizan,

a veces, actividades como *hackers* cooperando con otros grupos o intercambiando *software* o luchando contra una injusticia local o planetaria. Este modelo de *hacker* no se adecua al estereotipo que muestran los medios que los identifican sólo como terroristas ciberespaciales.

Esto significa que el educador del siglo XXI tiene que conocer cuestiones vinculadas a la organización, a la dinámica de grupos en contextos reales como virtuales y aprender y conocer las dinámicas que se dan en el ciberespacio en estrecha conexión con lo que ocurre en los escenarios reales. En resumen, significa conocer las diferentes dinámicas de organización social que se establecen en la red y en la sociedad.

LAS ADMINISTRACIONES EDUCATIVAS Y EL FUTURO DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA

¿De qué manera la burocracia introduce la educación para los medios? ¿Qué cosas omiten y desde qué lugar se explicita el estudio de los medios?

Concepciones sobre el carácter solamente reproductivo del sistema educativo justifican prácticas docentes administrativas y desdibujan las posibilidades de un hacer creativo y transformador. Paper dice que aunque las tecnologías pueden tener un potencial innovador, las propias administraciones y las prácticas escolares no han hecho más que convertirlas en un medio reproductor de concepciones pedagógicas establecidas de antemano. El análisis que realiza sobre la introducción del ordenador en la enseñanza puede extenderse también a otros medios. Dice:

A principios de los años ochenta habí-
an pocos microordenadores en las
escuelas, pero de estos pocos casi
todos estaban en las aulas de los maes-

tros visionarios, la mayoría de los cuales los empleaban con un espíritu «progresista», sin someterse a esas prácticas escolares de contenidos balcanizados y aprendizaje memorístico y despersonalizado. Poco después, sin embargo, este cuadro cambió radicalmente. La iniciativa y el poder en el terreno de los ordenadores empezó a pasar de los profesores a los administradores escolares (...).

Desde el punto de vista de un administrador era más lógico reunir a todos los ordenadores en un aula –el mal llamado «laboratorio de informática»– bajo el control de un profesor especializado. Así, todos los niños podían ir a clase de ordenadores una vez por semana.

Dentro de esta lógica inexorable el siguiente paso fue introducir los ordenadores como una nueva materia de los contenidos. De este modo, poco a poco, los rasgos más subversivos del ordenador fueron desvaneciéndose: en lugar de atajar y desafiar así la misma idea de fronteras entre materiales, el ordenador se convertía, en una nueva materia; en lugar de incidir en una exploración más animosa de la vida por parte los estudiantes y no en unos contenidos despersonalizados, el ordenador se convertía en un refuerzo de las viejas maneras de la escuela. Lo que había empezado siendo un instrumento subversivo para el cambio, había quedado neutralizado por el sistema, que lo ha convertido en un instrumento de consolidación. (Paper, 1995, p. 55).

La introducción de una nueva tecnología no significa necesariamente que esté asociada a una nueva concepción de la enseñanza, sino todo lo contrario. Suele utilizarse una nueva tecnología para poner en práctica una vieja concepción pedagógica. La educación para la comuni-

cación requiere planteamientos y propuestas de otra naturaleza.

Tenemos la posibilidad de hacer de los medios un contenido de enseñanza que supere la separación entre escuela y sociedad. Hay una enorme demanda de la ciudadanía para que ello ocurra, y esta demanda legítima desarrolla currículos sobre los medios. Esta demanda y la necesidad de fundamentar una presencia de la enseñanza de los medios, están esperando decisiones desde políticas públicas en este campo.

BIBLIOGRAFÍA

- APARICI, R.: *La revolución de los medios audiovisuales*. Madrid. Ediciones de la Torre, 1993.
- *Comunicación educativa en la sociedad de la información*. Madrid. UNED, 2003.
- BALANDIER, G.: *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*. Barcelona, Paidós, 1994.
- BOURDIEU, P.: *Sobre la televisión*. Barcelona, Anagrama, 1997
- GARCÍA MATILLA, A.: *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona, Gedisa, 2003.
- GARCÍA CANCLINI, N.: *Consumidores y ciudadanos. Conflictos culturales de la globalización*. México DF, Grijalbo, 1995.
- LEÓN, O.: «Para uma agenda social em comunicação», en MORAES, D. DE: *Por uma outra comunicação*. Río de Janeiro, Record, 2003.
- LULL, J.: *Medios, comunicación y cultura. Aproximación global*. Buenos Aires Amorrortu, 1997.
- MARTÍN BARBERO, J.: *La educación desde la comunicación*. Buenos Aires, Norma, 2002.
- MASTERMAN, L.: *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid, Ediciones de la Torre, 1993.
- MATTELART, A.: *Pensar sobre los medios*. México DF, Universidad Autónoma Metropolitana, 1989.
- MORSY, Z.: *La educación en materia de comunicación*. París, UNESCO, 1984.
- PAPER, S.: *La máquina de los niños. Replantearse la educación en la era de los ordenadores*. Barcelona, Paidós, 1995.
- PÉREZ GÓMEZ, A.: *La cultura escolar en la sociedad neoliberal*. Morata, Madrid, 1998.
- PORCHER, L.: *La escuela paralela*. Buenos Aires, Editorial Kapelusz, 1976.
- ROSZAK, T.: *El culto a la información*. México DF, Grijalbo-Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1990.
- RUSHKOFF, D.: *Ciberia. La vida en las trincheras del hiperespacio*. Barcelona, Mondadori, 2000.
- TYNER, K.: «Conceptos claves de la educación para los medios», en APARICI, R.: *La Revolución de los medios audiovisuales*. Madrid, Ediciones de la Torre, 1996.
- VIRILIO, P.: *El ciber mundo, la política de lo peor*. Madrid, Cátedra, 1997.
- ZECCHETTO, V.: *Comunicación y actitud crítica*. Buenos Aires, Ediciones Paulinas, 1986.

PÁGINAS WEB

- <http://www.udp.cl/comunicacion/detachados/unesco.htm>
- http://catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/textos/tv_latina_times.doc
- <http://www.airecomun.com/>
- <http://www.edu.uned.es/ntedu>
- <http://www.solidaridad.net>