

- Verónica Marín Díaz  
Córdoba

# Medios de comunicación, educación y realidad

Media, education and reality

La realidad de hoy presenta una imagen en la que los medios de información y comunicación dominan nuestras vidas. Este avance permite desarrollar nuevas formas de transmitir nuestros pensamientos e ideas. Sin embargo, en edades tempranas se considera necesaria la intervención de un guía que ayude a discriminar la información. En consecuencia, se debe reflexionar sobre esta necesidad de potenciar una formación específica en medios de comunicación desde la más tierna infancia.

Nowadays media images rule our lives. However, in early ages it is considered necessary the help of a guide to discriminate information. We want to make people reflect about the need to promote specific training on the media since childhood.

#### DESCRIPTORES/KEY WORDS

Educación en medios, realidad, medios de comunicación.  
Media education, reality, media.

La información ha sido, es y será una de las mayores herramientas del mundo de la comunicación. La razón de esta realidad es bien simple y sencilla, nos ayuda a cambiar y/o mejorar nuestro conocimiento del entorno, además de la ubicación y concepción del mundo de las comunicaciones.

A medida que el siglo XXI avanza la presencia de los medios de comunicación es más latente pues «una de las señas de identidad más significativa de la sociedad moderna es la comunicación de masas» (Prado, 2001: 161). Esta presencia se encuentra de forma latente en los grandes cambios que en los sectores educativos, laboral y familiar se han producido.

Los medios de comunicación tradicionales, lejos de desaparecer por el desarrollo tecnológico han ido

❖ Verónica Marín Díaz es profesora de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Córdoba (ed1madiv@uco.es).

avanzando y actualizándose. En estos momentos, y como afirma Morduchowicz (2003), nuestro conocimiento se encuentra mediatizado, principalmente, por las imágenes e informaciones que desde los medios nos llegan.

«La información y la comunicación se han convertido en un bien social inalienable e imprescindible para la comunidad» (García García, 2003: 171); por medio de ellos podemos construir el conocimiento que permite el desarrollo y evolución del mundo, pero siempre desde una postura crítica y reflexiva, que nos haga «estar en duda permanente sobre la función que ejercen los medios de comunicación y cómo tenemos que integrarlos» (Ballesta, 2002: 1).

En estos momentos, los motores de la sociedad son los medios de comunicación y, dentro de ellos, más concretamente la informática, la telecomunicación y la tecnología del sonido y la imagen (Majó y Marqués, 2002). Esta situación queda reflejada en cómo se nos transmite, cómo se nos presenta la información; por ello, hablar de comunicación e información de forma aislada es un craso error, pues de forma unida crean una seña de identidad de las sociedades, son capaces de difundir conocimientos, imágenes, actitudes, valores, etc. que absorben a los que prevalecen en estos momentos.

La realidad de hoy presenta una imagen en la que los medios de información y comunicación han obtenido un espacio específico en nuestras vidas, determinando el desarrollo de las mismas. La influencia de los mass-media va creciendo en la medida en que los avances tecnológicos se producen. Dentro de ese espacio de influencia, los medios nos ayudan a saber y conocer más del resto del mundo, además de permitirnos buscarle un significado y, lo que llama aún más la atención, estructuran y determinan nuestro tiempo libre y de ocio.

Tradicionalmente se ha entendido la transmisión de información como la principal característica de los mass-media; sin embargo, los medios de comunicación se caracterizan por algo más. Los principales rasgos que los definen para Prado (2001: 162-163) no son otros más que poder «llegar a cualquier persona que tenga acceso a ellos, la comunicación se transmite a través de medios técnicos: impresos, sonoros, visuales y audiovisuales, establece una comunicación indirecta con los receptores que se encuentran a distancia espacial o temporal del emisor, el mensaje se transmite de forma unilateral, se dirigen a una audiencia amplia, dispersa y anónima».

Es bien cierto que los mass-media casi no tienen fronteras. Decimos casi porque aún existen pueblos en

nuestra geografía como por ejemplo la localidad de Tocón, en la serranía granadina, al cual ha llegado la señal de la televisión en 2004, y aún hoy no disponen de antenas de telefonía móvil, por lo que los teléfonos móviles allí no existen. Además de esta circunstancia hay que tener en cuenta el deseo del ser humano de entrar en contacto con los medios. El avance de las tecnologías ha permitido al ser humano desarrollar nuevos soportes, nuevos formatos para transmitir ideas y pensamientos, todos ellos orientados siempre a la toma de contacto con otros sujetos, superando así la mera comunicación visual u oral, necesaria para poder relacionarnos entre los miembros de una misma comunidad, al otorgarnos la posibilidad de entrar en contacto con receptores que no se encuentran cerca de nosotros y conocer nuevos conocimientos culturales y sociales los cuales enriquecen nuestra visión del mundo. Estas tomas de contacto permiten que la emisión de mensajes se realice de forma unilateral sin discriminar entre los receptores. Sin embargo, esta última característica debe ser tenida en cuarentena, ya que muchos sujetos reciben información que no desean recibir, como por ejemplo la propaganda, tanto en formato digital (la que nos llega de forma indiscriminada a nuestra dirección de correo electrónico) o en papel.

Aunque todas estas características pueden tener cierto grado de relatividad, reflejan que las principales funciones de los medios de comunicación han sido «informar, formar entretener y ofrecer publicidad de productos y servicios» (García García, 2003: 171). La función informativa no tiene más sentido que dar a conocer lo que sucede a nuestro alrededor, mientras que la función formativa también nos provee de conocimientos; sin embargo, en ella suelen reproducirse modelos de conducta, normas, valores y/o estereotipos, a veces con cierto grado de intencionalidad, ya que lo que se busca es generar un aprendizaje, que a veces puede tener como consecuencia una reacción negativa por parte del sujeto que está aprendiendo. La función de entretenimiento, también llamada lúdica, trata de ocupar el tiempo de ocio que el sujeto tiene, pero, ojo, hay que tener en cuenta que no puede convertirse en la única alternativa. A estas funciones, Cabero (2002) incorpora la comunicación, reduce la lúdica a diversión y entretenimiento y añade las funciones económica, estética-expresiva, sustitutiva de la realidad y socializadora.

Todas estas funciones tienen dos fines; en primer lugar, motivar al público y, en segundo, transmitir información; para ello los medios reconstruyen la realidad para transmitirla, evitando presentar sus complejidades al público (Sarramona, 2003). Prado (2001)

por su parte sostiene que la influencia de los medios de comunicación en gran parte ha mediatizado el «conocimiento de la realidad, los hábitos y costumbres», principalmente por su don de la ubicuidad.

Actualmente los mass-media para algunos autores (Martínez, 1998) tienen sentido en el momento en el que se contemplan dentro de un proceso de comunicación, poseyendo una intencionalidad, incluso hay quien afirma, caso de Pérez Tornero (2003), que son «nuestro medio de existencia». Pero los medios van más allá. Superar esta idea supone entender que son mediadores entre los acontecimientos y los sujetos siendo el elemento central de la dinámica de la sociedad, ayudando a establecer relaciones (políticas, económicas, culturales, artísticas, etc.) que ayudan al mundo a avanzar en su conocimiento; por ello podemos afirmar que «participan en la construcción de nuestra identidad» (Morduchowicz, 2003: 43).

Dado que los medios de comunicación juegan un papel prioritario en nuestras vidas (influyen en nuestras nociones de género, ideas políticas, nos dicen cómo debemos o no comportarnos en determinadas circunstancias, llegando incluso a provocarnos deseos y necesidades que realmente no tenemos) ponen de manifiesto una gran laguna en nuestro sistema educativo. Si partimos de la idea de que los medios han de estar a nuestro servicio, al de la comunidad, es necesaria una formación para que esta circunstancia se produzca. La educación en medios nos va a permitir acercar a los estudiantes «los diferentes aspectos de la realidad (sea social, económica, política, científica o técnica)» (García Galindo, 1993: 65).

## 2. La educación en medios de comunicación

Como ya afirmamos en otro documento anterior (Marín y García, 2003), no todos vemos, oímos o leemos los medios todos los días; sin embargo, siendo la información una de las herramientas más importantes de nuestra sociedad, prácticamente todos estamos informados de lo que sucede tanto en nuestra comunidad lejana como cercana de alguna forma.

La incorporación de los medios de comunicación al universo de la enseñanza busca producir un nuevo aprendizaje o un nuevo modelo de enseñanza. Esta incorporación va a favorecer, entre otras cosas:

- Continuar con los procesos de enseñanza-aprendizaje del nivel anterior en que nos situemos.
- Cambios en el rol del docente.
- Una mayor implicación de los alumnos en su proceso de aprendizaje.
- «La lectura crítica de la realidad y una interpretación más coherente del discurso social y político» (García Galindo, 1993: 65). Al mismo tiempo la introducción de los medios de comunicación al curriculum escolar afecta directamente a todos los programas, los objetivos o los contenidos, además del tiempo y del espacio.

La educación en medios trata de que los alumnos realicen análisis críticos de los mensajes recibidos y descubran su lugar dentro de los medios. Esta situación pide a los mass-media su intervención en el mundo educativo. Para Ballesta (2001) la educación en medios debe posibilitar de un tiempo que permita al alumno comprender la información que recibe.

**Somos conscientes de que los niños y adolescentes son los principales receptores de los medios de comunicación; sin embargo, al no poseer suficientes criterios para seleccionar desde una postura crítica aquéllos que sean correctos y saber interpretar la realidad necesitan de una supervisión continua tanto por parte de la familia como del centro educativo donde se están formando.**

Los medios de comunicación dentro del mundo de la enseñanza pueden ser entendidos como un recurso que va a proporcionar mejoras en el aprendizaje de los niños y adolescentes, además de motivarlos para continuar desarrollándolo. Igualmente van a permitir que tanto los niños como los adolescentes hagan oír su voz.

Si consideramos que la función de la escuela con respecto a los medios es «ayudar, capacitar al alumnado... a tomar conciencia del papel de los medios en la propia vida social, a que conozcan los mecanismos técnicos y de simbología... a promover criterios de valor que permitan a los alumnos discriminar y seleccionar aquellos productos de una mayor calidad» (Ballesta, 2003: 199) consideramos que entre ambos —escuela y medios— ha de haber un diálogo abierto y continuo en pro de un mayor entendimiento, una búsqueda de un aprendizaje del ser, de relaciones equitativas

y ecuanímenes en pro de la cooperación y la búsqueda de la igualdad de conocimientos de los nuevos medios. La escuela se desarrolla dentro de un medio social, cultural, político y curricular que va a determinar la formación en medios que se van a potenciar desde las aulas escolares. Por ello creemos necesario determinar las funciones que los medios han de desarrollar desde la educación:

- Ser un recurso que ayude a mejorar la motivación por aprender.
- Informar y formar contenidos.
- Crear guías metodológicas de aprendizaje.
- Ser un medio de expresión (Martínez, 1998) para alumnos y docentes.

Para que todas estas funciones puedan realizarse el centro escolar debe potenciar el tiempo y el espacio.

La educación en medios debe producir en el alumno el saber necesario para interpretar los mensajes que los medios de comunicación les lanzan. En estos momentos existen cuatro líneas de pensamiento para entender o pensar en educación en medios. En primer lugar quienes opinan que este tipo de educación debe basarse en el «estudio de los efectos manipuladores» (Morduchowicz, 2003: 37) que tienen sobre los jóvenes estudiantes. Una segunda tendencia que se centra en tratar de analizar las motivaciones de los alumnos para elegir un medio en lugar de otro. La tercera posición analiza el lenguaje y los códigos empleados por los medios a la hora de transmitir información. La última tendencia trata de «analizar su funcionamiento en el mundo real» (Morduchowicz, 2003: 38).

La formación en medios ha de estar alejada de modelos autoritarios que propicien una actitud crítica ante el bombardeo a que los medios nos someten. Los medios de comunicación van a permitir «expresar nuestros sentimientos y pensamientos, compartir algo con alguien» (García Molina, 2002: 11).

Pero, ¿qué papel juega en todo esto el profesor? El principal es el de orientar y guiar. Debe tratar de analizar el interés del alumnado por los diferentes medios y después hacerles ver los aspectos positivos y negativos que estos tienen y potenciando que expresen siempre su opinión sobre ellos. Aunque hay algunas investigaciones (Cabero, 2003) que señalan la negativa de los profesores para ir incluyendo los medios en los programas curriculares, es bien cierto que generalmente la principal causa suele ser la falta de formación de ellos sobre medios de comunicación.

Su introducción se va haciendo de forma progresiva, por ello el docente debe superar el papel de mero transmisión de la información, y adoptar el de analítica crítica y activo; para ello las actividades que pro-

ponga en su programación de aula han de estar imbricadas con la vida real del alumno, con los medios con los que está en contacto, con sus relaciones, intereses, vivencias, etc. Teniendo en cuenta todo ello la inclusión de los medios en el curriculum del centro no será una tarea difícil.

### 3. ¿Epílogo?

Somos conscientes de que los niños y adolescentes son los principales receptores de los medios de comunicación; sin embargo, al no poseer suficientes criterios para seleccionar desde una postura crítica aquellos que sean correctos y saber interpretar la realidad necesitan de una supervisión continua tanto por parte de la familia como del centro educativo donde se están formando.

Los centros escolares, superada ya su concepción de guarderías, deben formar a sus alumnos para saber hacer frente a la realidad que la vida en comunidad les plantea. La incursión de los pequeños en el mundo de la comunicación se realiza desde el mismo momento del nacimiento. Ya de bebé el ser humano es «bombardeado» de forma indirecta por informaciones que desde su entorno se le transmiten, entorno que está afectado directamente por los medios de comunicación. «La mayoría de los medios de comunicación convierten al usuario casi exclusivamente en un receptor de mensaje diseñado, y teniendo que ser observado y analizado en la secuencia prevista por su autor» (Cabero, 1996: 2). De Fontcuberta (2003) considera que los mass-media son «dispositivos de identificación/proyección de pautas de comportamiento, estilos de vida y patrones de gusto», de ahí la importancia de dar una información en el consumo de medios de comunicación.

Ballesta (2003) afirma cómo la unión de las escuelas y los medios forman a los sujetos; sin embargo, aunque este autor identifique que esta acción se hace de distintas formas, la realidad es que las necesidades de la sociedad, las situaciones problemáticas de los centros educativos, las relaciones aisladas entre los miembros de las familias, etc., en muchos casos han sido provocados por los mensajes que los medios lanzan a los miembros de la comunidad. Sin embargo, no todo lo que transmiten los medios es negativo, también permiten y fomentan espacios de comunicación intergeneracional, independientemente del sexo, raza o ideario, por lo que la educación se ve enriquecida por la información que desde la realidad cotidiana se transmite.

En definitiva, la educación en medios debe tratar de analizar las formas en que tanto los medios y los

centros educativos ayudan a formar identidades, valores y estilos de vida. «Busca comprender la representación del mundo en ellos, pero pensar mejor nuestra propia ubicación en ese universo de representaciones, y, sobre todo, en el mundo real» (Morduchowicz, 2003: 44).

### Referencias

- BALLESTA, J. (2001): «Educar para el consumo crítico de los medios de comunicación» (<http://dewey.uab.es/pmarques/evte/ballesta1.doc>) (20/11/03).
- BALLESTA, J. (2002): Educar para la comunicación masiva: un reto en la formación del ciudadano, (<http://dewey.uab.es/pmarques/evte/ballesta2.doc>) (20/11/03).
- BALLESTA, J. (2003): «Educar para el consumo de medios de comunicación», en AGUADED, J.I. (Dir.): *Luces en el laberinto audiovisual*. Huelva, Grupo Comunicar, Agor@ Digital y Universidad de Huelva; 194-203.
- CABERO, J. (1996): «Nuevas tecnologías, comunicación y educación», en *Revista Electrónica de Tecnología Educativa*, 1 ([www.uam.es/personal\\_pdi/stmaria/jparedes/lecturas/cabero.html](http://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jparedes/lecturas/cabero.html)) (2/06/03).
- CABERO, J. (2002): «Familia y medios de comunicación», en *Diálogos*, 233; 9-17. ([www.tecnologiaedu.us.es/revistaslibros/familia2.html](http://www.tecnologiaedu.us.es/revistaslibros/familia2.html)) (15-06-02).
- CABERO, J. (2003): «Las nuevas tecnologías en la actividad universitaria», en *Pixel Bit*, Revista de Medios y Educación, 20; 81-100.
- DE FONTCUBERTA, M. (2003): «Medios de comunicación y gestión del conocimiento», en *Revista Iberoamericana de Educación*, 32; 95-118.
- GARCÍA GALINDO, J.A. (1993): «Medios de comunicación y universidad», en *Comunicar*, 1; 61-67.
- GARCÍA GARCÍA, F. (2003): «Los medios de comunicación, ¿al servicio de la comunidad?», en AGUADED, J. I. (Dir.): *Luces en el laberinto audiovisual*. Huelva, Grupo Comunicar, Agor@ Digital y Universidad de Huelva; 171-174.
- GARCÍA MOLINA, M.C. (2002): «La comunicación, puente entre la familia y la educación», en GARCÍA, M. C. (Coord.): *La comunicación, puente entre la familia y la educación*. Sevilla, UNESCO; 9-14.
- MAJÓ, J. y MARQUÉS, P. (2002): «La revolución educativa en la era Internet». Barcelona, Praxis.
- MARÍN, V. y GARCÍA, M.D. (2003). «La familia e Internet, ¿un juego a tres bandas?», en *Comunicar*, 23; 123-126.
- MARTÍNEZ, F. (1998): «Medios y sociedad» (<http://editor.edutec.rediris.es/documentos/1998/medios.htm>) (20-05-03).
- MORDUCHOWICZ, R. (2003): «El sentido de la educación en medios», en *Revista Iberoamericana de Educación*, 32; 35-47.
- PÉREZ TORNERO, J. M. (2003): «Educación en medios: perspectivas y estrategias», en AGUADED, J. I. (Dir.): *Luces en el laberinto audiovisual*. Huelva, Grupo Comunicar, Agor@ Digital y Universidad de Huelva; 57-69.
- PRADO, J. (2001): «Hacia un nuevo concepto de alfabetización. El lenguaje de los medios», en *Comunicar*, 16; 161-170.
- SARRAMONA, J. (2003): «Dimensión educativa de los medios de comunicación», en GERVILLA, E. (Coord.): *Educación familiar. Nuevas relaciones humanas y humanizadoras*. Madrid, Narcea; 107-120.



**Nuestra intención es manifestar lo invisible mediante lo visible. Ponemos en acción el poder del símbolo para captar lo impalpable y alcanzar lo inteligible a partir de lo sensible.**

Dion Crisóstomo ante el Zeus Olímpico de Fidias