



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 16 – MARZO DE 2009

“LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN”

AUTORÍA M^a Isabel Rael Fuster
TEMÁTICA Análisis de los medios de comunicación
ETAPA Educación Infantil y Primaria

Resumen

En este artículo se analizan los elementos que intervienen en la comunicación y la influencia que tienen los medios de comunicación en los niños y niñas. También se resaltarán su importancia en la sociedad democrática y en la formación de valores, actitudes y hábitos de convivencia. Por último se tratará la educación para el uso crítico de los medios de comunicación.

La normativa en la que se enmarca este artículo es: la Ley Orgánica, 2/2006 de 3 de mayo, de Educación, el Real Decreto 1630/2006, de 29 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas del segundo ciclo de la Educación Infantil, el Decreto 428/2008, de 29 de julio, por el que se establece la ordenación y las enseñanzas correspondientes a la Educación Infantil en Andalucía. ORDEN de 5 de agosto de 2008, por la que se desarrolla el currículo correspondiente a la Educación Infantil en Andalucía.

Palabras clave

MEDIOS
COMUNICACIÓN
TIC
ENSEÑANZA
APRENDIZAJE

1.- Introducción

El entorno está conformado por las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. De alguna manera la sociedad actual sólo puede entenderse si se accede a algunos de estos códigos consustanciales a las nuevas tecnologías y a los medios de comunicación en general, ya que la nueva cultura gira ahora en torno al mundo de la comunicación.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 16 – MARZO DE 2009

2.- Los medios de comunicación

Los medios de comunicación se han convertido, sin duda alguna, en instrumentos y vehículos de gran importancia para la formación y la educación de los individuos en la sociedad. Su influencia es grande, como lo es también su enorme poder de fascinación.

El impulso de la tecnología de la información y comunicación está consiguiendo que la sociedad actual disponga de una gran variedad de fuentes de información, a través de gran diversidad de soportes que ofrecen la posibilidad de producir un determinado número de propuestas, ideas, sugerencias, mensajes y decisiones que están siendo transmitidas por los medios de comunicación de masas.

Las características de la comunicación de masas son:

- Las comunicaciones masivas requieren organizaciones formales complejas.
- Los medios masivos se dirigen a públicos amplios.
- Las comunicaciones masivas son públicas, es decir, su contenido está abierto a todos los ciudadanos.
- El público es heterogéneo.
- Los medios pueden llegar simultáneamente a gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y lejos unas de otras.
- La relación entre el emisor y el público es impersonal, puesto que el emisor se dirige a una audiencia anónima.

El público es la colectividad característica de la sociedad moderna y de los medios de comunicación de masas.

En este proceso interviene un emisor, que es la persona o medio que transmite los datos. Un receptor, el niño o niña percibe el mundo y las cosas condicionado, en gran parte por los intercambios producidos con el medio, por la relación establecida con el mundo y con los objetos. El mensaje es reelaborado subjetivamente por el receptor. El canal es soporte físico del mensaje. Los intercambios de información exigen un canal, un medio físico que haga posible la transmisión del mensaje. Hay que distinguir entre canal físico (órganos naturales de la persona) y canal artificial (medios tecnológicos).

El código es el conjunto de señales relacionadas entre sí, de manera que cada señal o conjunto de ellas tiene asignada una función significativa. Los elementos pertinentes de un código se llaman signos. El contexto lo forman los factores de tipo psicológico, sociológico y físico que rodean la comunicación. La retroalimentación o feed-back es la información procedente del receptor como respuesta al mensaje recibido, que tiene una influencia sobre el comportamiento subsiguiente del emisor original.

Los medios para la comunicación organizada tienen unas funciones fundamentales como son la información, la cultura, el entretenimiento y el control social.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 16 – MARZO DE 2009

En las sociedades occidentales cada persona posee una cantidad ingente de información sobre el mundo. La naturaleza de la información se pone de manifiesto en la generalización de temas e ideas como opinión pública, propaganda, novedades y cambios sociales.

El término cultura de masas se refiere a los productos culturales que se fabrican sólo para el gran público. La estandarización del producto y el comportamiento masivo en relación con su uso son características asociadas.

La cultura de masas incluye toda una serie de actividades y objetos, tales como los entretenimientos, los espectáculos, la música, los libros y las películas. La cultura de masas se distingue por dos características fundamentales: amplia popularidad y especial atractivo en las sociedades industriales.

La función de entretenimiento corresponde especialmente a la televisión. La lucha por la audiencia provoca contraprogramación (programan unas cadenas en función de otras en: tiempo, temas, programas) para restar audiencia a las demás. Con ello se igualan los estímulos, apelaciones más fáciles y menos exigentes.

Los medios se relacionan con el control social, puesto que proporcionan instrumentos poderosos y flexibles para influir entre la colectividad.

La evolución de los medios de comunicación viene determinada por la evolución tecnológica y presenta las siguientes fases:

- Hasta la aparición de la imprenta, la comunicación estuvo limitada a la comunicación oral y los copistas, por lo que la información era privilegio de unos pocos.
- La imprenta produjo un hecho histórico trascendental para la difusión de la cultura a todos los sectores de la sociedad. La imprenta fue una revolución técnica que dio lugar a la aparición de la prensa.
- La era Marconi ha dado lugar a la aparición de los medios audiovisuales e informáticos.

Aunque se mencionan los medios de comunicación de masas como un conjunto indiferente, cada uno tiene una estructura propia y una manera de presentar la realidad. Desde una vertiente cronológica la primera técnica relacionada con el concepto de medios de comunicación de masas es la imprenta, pero, en general, se considera que los libros no constituyen una verdadera comunicación.

Las formas de presentación de la información deben ser por escrito (prensa diaria, prensa semanal, revistas, libros, publicidad, etc.), oral (radio, teléfono, discos y CD's), audiovisual (televisión, cine, teatro y teleconferencias), e informática (programación, programas de bases de datos, bancos de datos, red, telemática,...)

La prensa escrita es un sistema de difusión de masas basado en la impresión de copias múltiples de noticias. El periódico cuyo prototipo es el diario consiste en una hoja impresa con una estructura material y con una serie de informaciones lingüísticas, paralingüísticas e icónicas. La prensa escrita ha sido considerada, en el mundo entero, como el cuarto poder, pues ejerce un poder y sobre todo un contrapoder. La supervivencia de la prensa está en juego porque según los datos que manejan los



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 16 – MARZO DE 2009

especialistas, una generación entera (la que muestra tanta fidelidad a la televisión) está empezando a ignorar la lectura de los periódicos.

La prensa electrónica es de reciente aparición. Se llama prensa electrónica al conjunto de publicaciones periódicas que se realizan sobre un soporte, generalmente de carácter informático. El diario electrónico puede beneficiarse de las últimas noticias, ya que la información se renueva y amplía constantemente. De este modo el lector del diario electrónico puede disponer de las últimas informaciones surgidas en el momento de consultar.

El cine se ha considerado en los últimos 100 años como un destacado medio de comunicación de masas, al igual que la radio y la televisión. Fundamentalmente a él se debe el desarrollo y el perfeccionamiento del lenguaje de la imagen. En un principio el cine era mudo. El cine sonoro nació en 1927 y en 1935 el technicolor inició su auge. En los últimos años se han incorporado efectos especiales, una cuidada fotografía y bandas sonoras de gran impacto. Un paso importante ha sido la utilización del ordenador en la creación de nuevos efectos.

La radio comenzó en 1908 con las primeras transmisiones de las cadenas privadas. Fue en las décadas siguientes cuando se produjo la auténtica explosión de las ondas con la multiplicación de emisoras y el nacimiento de las principales cadenas. La aparición de la televisión provocó una crisis de la radio, que mejoró la calidad del sonido y se centró en emisiones especializadas, como la radio musical o la deportiva. La influencia de la radio proviene de su inmediatez, es decir, la capacidad de informar de un acontecimiento en el mismo momento en que se está produciendo. Y la radio sólo obtiene buenos índices de audiencia juvenil con los programas de tipo musical y deportivo. Ante ello, las empresas tratan de encontrar soluciones y han lanzado importantes operaciones de marketing para captar el interés.

La primera transmisión regular de la televisión tuvo lugar en Londres en 1929, aunque la expansión internacional de este medio se produjo a partir de 1950. Desde entonces los adelantos técnicos y organizativos se han desarrollado a gran velocidad: TV en color, organismos internacionales de transmisión, agencias televisivas, televisión por cable,...

El impacto de la televisión se debe a que es un medio que llega al mismo tiempo a millones de personas, es el medio más universalizado y expandido en el mundo y acerca culturas al tiempo que es capaz de resaltar los localismos.

Las nuevas tecnologías incluye el uso de ordenadores, microelectrónica y comunicaciones como instrumento de producción, procesamiento, almacenamiento, obtención y distribución de la información en forma de gráficos, palabras o números, más segura, rápida y eficaz. Todas estas tecnologías parecen catalizarse en la televisión, configurando unos sistemas integrados donde la pantalla del televisor presenta una información que proviene de múltiples canales (televisión, satélites, videotex,...). Es lo que se conoce con el nombre de videocomunicación.

En los últimos años se han producido nuevas formas de comunicación denominadas interactivas. Se han puesto en funcionamiento grandes sistemas de información como el CD-ROM, el DVD e Internet



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 16 – MARZO DE 2009

que han culminado el proceso de eliminación de las distancias en tiempo y espacio para acceder a la información. La expansión de los nuevos medios de comunicación ha producido cambios destacados en la sociedad.

3.- Su importancia en la sociedad democrática y en la formación de valores, actitudes y hábitos de convivencia.

Los medios de comunicación tienen una poderosa influencia en las construcciones del mundo de las personas. Influencia que se acrecienta a medida que aumenta su capacidad de difusión y las posibilidades de acceso por parte de los usuarios.

El fenómeno de la comunicación de masas amplió el número de canales de información. Como consecuencia la comunicación se democratizó y pluralizó. Su papel en la sociedad democrática emana de la libertad de expresión que, a su vez, los convierten en entes de poder social.

Kagelman y Wenninger señalaron que la influencia de los medios de comunicación han determinado la introducción de mecanismos de defensa del usuario, ya que los diferentes medios de información y comunicación ni son neutrales ni se dan en el vacío y, además, responden a los intereses financieros y sociales.

Los medios deciden lo que públicamente se lee, se oye y ve. Emiten mensajes organizados y jerarquizados que pueden influir en la forma de interpretar la realidad y los fenómenos sociales. Las imágenes y los textos son signos producidos intencionadamente para transmitir determinados mensajes. Seleccionan la información, analiza e invita a la reflexión, profundiza, opina y relaciona el mundo. Los contenidos pueden llegar a condicionar los comportamientos de los ciudadanos y esto es preocupante porque, sobre todo, la información nunca es totalmente objetiva.

Los medios de comunicación social influyen sobre las personas de cualquier edad, ya que todas son receptores de cualquier posible deformación de los hechos o de cualquier posible manipulación de la opinión.

Los medios de comunicación forman parte de un entramado que unifica criterios, hace homogéneos los valores y normas de las personas de cualquier parte del mundo y al mismo tiempo pone de manifiesto de forma explícita o subyacente códigos, ideas y formas de entender la realidad. Tienen la capacidad de configurar estados de opinión colectiva y se manifiesta el criterio y la ideología de la empresa responsable de la edición del medio.

En la sociedad existen tendencias a la uniformidad debidas a la difusión en los medios de normas sociales y de determinadas costumbres. Esta uniformidad se transmite a través de campañas propagandísticas.

La publicidad es uno de los elementos de la cultura de este tiempo que más influye en los cambios de comportamiento individual y social. Se basa en la intención de llegar al consumidor por cualquier medio e incluso en muchos momentos con el enmascaramiento o la falsedad. La publicación impone criterios



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 16 – MARZO DE 2009

tanto morales como éticos, culturales como estéticos. Utiliza y apoya la mejora de los más excepcionales recursos tecnológicos.

La cantidad de información es tal que es difícil seleccionar la que sería más útil. Las múltiples fuentes, si bien permiten una visión desde diferentes puntos de vista, obligan a elegir según las opiniones más profundas. La diversidad de medios es una garantía de diversidad de opciones y un factor de consolidación democrática. Esta diversidad ha de procurar pluralidad en sus planteamientos y respeto a los intereses y derechos de los ciudadanos.

Los medios de comunicación deben estar al servicio de los ciudadanos. El derecho a la información ha de sustentarse en el respeto a los derechos humanos. La difusión de contenidos a través de cualquier medio de comunicación se ha amparado en el artículo 20 de la Constitución, que establece, entre los derechos fundamentales, el de expresión, y el respeto al honor, a la intimidad y la imagen de las personas. La infancia tiene reconocidos sus derechos ante la libertad de expresión por la Ley de Protección del Menor.

La defensa de los intereses del público, y en particular de los niños se lleva a cabo con una serie de medidas: la firma el código deontológico por la federación de asociaciones de prensa y las cadenas televisivas; la rectificación de datos o informaciones falsas, la réplica a afirmaciones erróneas; el acuerdo sobre la franja horaria de la programación infantil (hasta las 10 de la noche), con programas adecuados a los niños; el compromiso institucional y social de desarrollar campañas para resaltar los valores de respeto a la persona, de solidaridad, paz y democracia.

La televisión autonómica en Andalucía cuenta desde octubre de 1995 con un defensor del espectador, figura pionera en el medio audiovisual europeo, pues solo la televisión pública canadiense tiene una figura similar.

Desde el punto de vista democrático una información debe tener las siguientes cualidades:

- Clara, para que cualquier persona pueda comprender el contenido, el sentido, el estilo para poder utilizarlo eficazmente.
- Desvinculada de opiniones partidistas. La información recogida permite acercarse con objetividad a los hechos.
- Precisa, una información debe indicar las fuentes, los hechos, las características de los hechos y de las personas.
- Reciente, la información se sitúa siempre en el tiempo. Se deberá describir la situación en curso a fin de vincularla con la actualidad.
- Variada, capaz de reunir los elementos dispersos en registros ideológicos diferentes que afecten al conjunto de las categorías sociales afectadas. De esta manera se vinculan a las diferentes facetas de una misma realidad.
- De fácil utilización por ser accesible a un gran número de personas, por su representación de fácil manejo, por su contenido resumido en títulos y subtítulos.
- Se adapta a las necesidades.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 16 – MARZO DE 2009

Los medios de comunicación se han convertido en elementos esenciales para la transmisión de valores a la infancia y a otros sectores de la sociedad.

Su influencia en los valores emana de la creación y transmisión de una variada gama de estereotipos y juicios de valor en la que impera unas veces la competitividad, la agresividad, el consumismo, el sexismo, mientras que otras veces se potencia las posturas ecológicas, solidarias y prosociales.

La transmisión de estos mensajes da lugar a actitudes diversas en los niños que abarcan desde la indiferencia e insensibilidad ante la violencia hasta el respeto al entorno y a los demás.

De esta manera se convierten en modelos de comportamiento y en formas de vida que repercuten en los hábitos personales y familiares, ya que el uso prolongado de los medios aísla del entorno y a unos de otros, produciendo, por ello, situaciones de incomunicación y vida sedentaria.

El impacto de los medios de comunicación no se produce de igual manera en todas las personas y sectores, sino que se observan diversas diferencias tanto grupales como individuales. Las variables más significativas son la edad, el nivel educativo, la ideología, etc.

Según el Consejo de Europa, un niño de 10 años dedica aproximadamente veinticuatro horas semanales a ver televisión sin contar el tiempo que dedica a otros medios como el vídeo, el cine, el ordenador o los juegos electrónicos. Los medios de comunicación se convierten en una escuela paralela. Estos influyen en los conocimientos, opiniones y creencias, por ello es necesario adoptar unas pautas educativas.

4.- Educación para el uso crítico de los medios de comunicación

Uno de los compromisos que han contraído el sistema educativo con sus ciudadanos es capacitarlos para enfrentarse a todos los desafíos que implica el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación. Los cambios profundos que se viven año tras año en el campo tecnológico y comunicativo deben estar reflejados en el ámbito escolar.

El sistema educativo actual ha incluido los medios de comunicación en Educación Infantil y Primaria. El uso de los medios de comunicación en la enseñanza debe darse de forma progresiva desde el segundo ciclo de Educación Infantil pasando por Educación Primaria y las demás etapas educativas.

Pueden utilizarse en diferentes áreas y en varios niveles educativos. Al principio será útil la enseñanza de habilidades, técnicas lingüísticas, más tarde el alumnado llegará a alcanzar el nivel de habilidad necesaria para la interpretación de los mensajes.

La contribución más importante es para los estudios sociales, el lenguaje, la lectura, las matemáticas y las ciencias naturales. En estas áreas se pueden utilizar los medios de comunicación.

En Lenguaje los medios mejoran la comunicación oral. El alumnado de Educación Primaria adquiere la técnica para escribir sobre temas y enriquece experiencias de lectura.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 16 – MARZO DE 2009

En Conocimiento del Medio se puede aplicar ya que ayuda a la recogida de información sobre un tema, aumenta el grado de comprensión de los acontecimientos actuales y ayuda a reconocer la relación del pasado con el presente.

En Matemáticas los medios como recurso se convierten en una fuente que suministra datos cuantitativos, establecen relaciones lógicas o se organizan espacialmente. Las posibilidades en matemáticas se traducen en el enriquecimiento de significados matemáticos y en la comprensión de problemas matemáticos con realidades de la vida.

Los medios de comunicación se pueden utilizar en el aula de una manera esporádica, durante varias semanas (a modo de taller de medios de comunicación, vinculada con una o varias materias), o bien integrando los contenidos que aparecen en los medios en el desarrollo normal de los contenidos curriculares.

Esta incorporación tiene dos dimensiones, la primera como objeto a estudiar, es decir, conocer el medio en sí. La segunda como instrumento, recurso y apoyo como fuente de información.

Los niveles de la comunicación didáctica con los medios pueden ser intrapersonal, interpersonal, organizacional o grupal.

El nivel intrapersonal se refiere a la conducta individual, como puede ser el hecho de observar, pensar, escuchar, leer, escribir,... poniendo énfasis en la recogida y elaboración de la información.

El nivel interpersonal se refiere a la intercomunicación entre dos o más personas. La comunicación se establece cuando los participantes se encuentran a un mismo nivel intencional, en posiciones de igualdad.

El nivel de organizaciones o grupal se refiere a las redes de sistemas de comunicación que unen a los miembros de una organización y proporcionan los medios mediante los cuales esta se relaciona con su mundo circundante.

Las actuaciones específicas se centran en las peculiaridades y potencialidades de cada uno de los medios y se lleva a cabo dentro de las unidades didácticas o del funcionamiento de talleres referidos a la prensa, los audiovisuales y el aula de informática.

La prensa en el aula es un recurso que desarrolla la curiosidad y la motivación, ayuda a seleccionar y decidir qué cuestiones son de interés, participación en actividades grupales, preocupación por los grandes temas, lectura rápida y la interpretación lectora.

La aplicación didáctica de los medios audiovisuales admite intervenciones en radio, televisión y cine. La radio ha permanecido alejada de la escuela, aunque ofrece una programación amplia basada en la voz, la música y los efectos especiales. Hay experiencias de funcionamiento de emisoras escolares.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 16 – MARZO DE 2009

Las propuestas didácticas sobre televisión suponen enseñar a ver la televisión, a diferenciar la imagen de la realidad, a descubrir los mecanismos de manipulación, a disfrutar con programas de calidad y con hechos insólitos, a apagar el aparato en su momento justo.

La integración del cine en la escuela va creciendo día a día gracias al crecimiento de medios y al desarrollo del DVD.

Las posibilidades didácticas de los videos se centran en el visionado de programas educativos y en la realización de actividades derivadas de ellos.

El ordenador se ha incorporado a las aulas convirtiéndolas en aulas TIC en todos los niveles educativos.

5. Conclusión

Los medios de comunicación han de aplicarse como recurso y no como fines. Estos recursos deben ir acompañados de un cambio en las vías metodológicas.

La escuela debe incorporar a la enseñanza una eficaz pedagogía de los medios. Desde el recinto del aula hay que proporcionar al alumnado las claves necesarias para que conozcan los mecanismos de la información. Hay que enseñarles a valorar, a desmitificar, a analizar los contenidos y a elegir libremente.

El proceso de enseñanza-aprendizaje de un medio requiere que el alumnado aprenda mediante una metodología de investigación y construcción del conocimiento. Esto implica que éste debe desarrollar tanto tareas y actividades de lectura de los recursos multimedia, como la realización de actividades que requieran aprender a expresarse y a comunicarse en los distintos lenguajes (sonoros, icónicos y alfabéticos).

Desde el punto de vista de las familias es importante que los niños y niñas reciban una educación crítica para el uso de los medios de comunicación.

El uso de las Tecnologías de la Información y la comunicación (TIC) contribuye a alcanzar la competencia digital y tratamiento de la información y la competencia en comunicación lingüísticas principalmente.

6. Bibliografía

- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE).
- Ley 17/2007, de 10 de diciembre, de Educación de Andalucía (LEA).
- Real Decreto 1630/2006, de 29 de diciembre, por el que se establece las enseñanzas mínimas del segundo ciclo de la Educación Infantil.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 16 – MARZO DE 2009

- Decreto 428/2008, de 29 de julio, por el que se establecen la ordenación y las enseñanzas correspondientes a la Educación Infantil en Andalucía.
- ORDEN de 5 de agosto de 2008, por la que se desarrolla el currículo correspondiente a la Educación Infantil en Andalucía.
- Aguaded Gómez, J.I. y Morón Marchena, J.A. Enseñar y aprender la actualidad con los medios de comunicación. Ed. Grupo Pedagógico Andaluz Prensa y Escuela. Huelva. 1994.
- Bartolomé Crespo, D. y Sevillano García, M.L. Enseñanza-aprendizaje con los medios de comunicación en la Reforma. Ed. Sanz Torres. Madrid. 1991.
- Calvo, J.L. Los medios de comunicación social en la animación. Ed. CCS. Madrid. 1996.
- Fernández Manjón, D. y Justicia Hernández-Prieta, D.M. Recursos pedagógicos en el centro escolar. Ed. Escuela Española. Madrid. 1988.
- García Catalán Delgado, A. Las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación en la Educación.
- Krasny Brown, L. Cómo utilizar bien los medios de comunicación. Manual para padres y maestros. Ed. Visor. Madrid. 1991.
- Lázaro Cecilia, M.P. y Escudero Pascual, J.L. Los medios informáticos en la Educación Primaria. Ed. Alambra Longman. Madrid. 1993.
- MENA Merchán, B. y otros. Didáctica y nuevas tecnologías en educación. Ed. Escuela Española. Madrid. 1996.

Autoría

M^a Isabel Rael Fuster: raeli80@hotmail.com